

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»  
Институт гуманитарных наук и искусств  
Департамент «Филологический факультет»  
Кафедра риторики и стилистики русского языка

# **МОЛОДЫЕ ГОЛОСА**

Сборник трудов молодых ученых

**ВЫПУСК 6**

2017

ББК Ш 141.12  
УДК 811. 161. 1'06  
М75

**Издается по решению**  
кафедры риторики  
и стилистики русского языка  
Уральского федерального университета

**Научный редактор**  
И. В. Шалина – доктор филологических наук,  
профессор кафедры риторики и стилистики русского языка

**М75 Молодые голоса:** сб. тр. / Под ред. И. В. Шалиной. Екатеринбург:  
Издательский Дом «Ажур», 2017. 190 с.

ISBN 978-5-91256-363-8

В шестой выпуск сборника научных трудов «Молодые голоса» вошли статьи студентов, магистрантов и аспирантов кафедры риторики и стилистики русского языка Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Работы молодых исследователей отражают широкий круг актуальных проблем современной русистики: лингвокультурологии, лингвополитологии, жанроведения, коммуникативной прагматики, стилистики, риторики, лексической семантики, переводоведения.

Издание адресовано специалистам по русистике, аспирантам, магистрантам, студентам высших учебных заведений.

ББК Ш 141.12  
УДК 811. 161. 1'06

ISBN 978-5-91256-363-8



Этот сборник статей молодых ученых посвящен 90-летию со дня рождения профессора Эры Васильевны Кузнецовой, долгие годы возглавлявшей кафедру современного русского языка в Уральском университете. Эра Васильевна хорошо известна не только системно-структурными исследованиями глагольной лексики литературного русского языка и разработкой метода ступенчатой идентификации лексического значения. В ее опубликованных работах и лекциях высказан целый ряд положений, готовящих почву для функционально-прагматических исследований, реализующих потенциальные возможности системного анализа. Она выступила инициатором нового исследовательского направления, связанного с изучением живой речи уральского города.

Коллеги и благодарные ученики помнят ее как крупного организатора науки, требовательного и чуткого учителя, под чьим руководством были защищены 17 диссертаций. Ее бывшие аспиранты – сегодня действующие профессора, которые с первых курсов ставят перед студентами серьезные научные задачи и в работе с учениками следуют преподавательской традиции, заданной Эрой Васильевной Кузнецовой.

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В шестом выпуске сборника научных трудов «Молодые голоса» представлены статьи студентов разных курсов, магистрантов и аспирантов кафедры риторики и стилистики русского языка филологического факультета Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Работы молодых ученых отражают свежий взгляд на актуальные проблемы лингвокультурологии, лингвополитологии, жанроведения, коммуникативной прагматики, стилистики, переводоведения – перспективных направлений современных научных исследований, осуществляемых на кафедре риторики и стилистики русского языка ИГНИ УрФУ.

Статьи А. Н. Белобородко, М. В. Никифоровой, Сюй Шаньшань, Уонг Мин Туана, Цзя Пэнлин, Е. А. Чусовитиной, А. Н. Гурьяновой посвящены осмыслению теоретических и практических аспектов исследования языковых средств и когнитивных структур (метафорических моделей, ценностных установок, представлений, стереотипов) как источников выявления разнообразной социокультурной информации; описанию лингвокультурологических технологий.

Статьи Ы. Айдаровой, Е. О. Кузнецовой, Ли Вэньлу, Т. В. Мальцевой, А. П. Тримайлова, И. Е. Порозовой, Ю. С. Харитоновой посвящены разноаспектным – стилистическим, жанровым, речедетельностным, риторическим, коммуникативно-прагматическим – исследованиям монологических и диалогических текстов. Выбранные в качестве объекта исследования жанровые разновидности текстов (путевые заметки, портретное интервью, ток-шоу, проповедь) и типы коммуникативных личностей (телеведущий, политик, проповедник и др.) разнообразны и интересны в научном отношении. Авторами выявляются приемы ведения конфронтационного диалога, средства диалогизации и гармонизации речи, описывается национальная специфика коммуникативного поведения.

Статьи Ван Вэньцзя, К. С. Кужемратовой, Е. Б. Сидоренко, Чэн Юйсяо, Е. Л. Шашмуриной отражают опыт лексико-семантического анализа языковых единиц, а также их функционирования в речи. Молодые ученые демонстрируют владение приемами лексикографического, компонентного, контекстологического анализа языковых единиц.

Теоретико-методические аспекты переводоведения и опыт категориально-текстового анализа отражены в статьях В. И. Бортникова и

О. А. Ратеговой, А. П. Буровой, Б. Дэмбэрэлмаа, Е. О. Неугодниковой, Т. В. Пыриковой, Е. В. Самковой, А. Туголбай кызы.

Актуальная проблематика статей, внимательное отношение авторов к различным сферам языка и речи, владение современными фундаментальными и прикладными методами лингвистических исследований, функциональный подход к изучаемому материалу – надежное свидетельство того, что голоса молодых ученых-филологов будут услышаны.

Профессор каф. риторики и стилистики русского языка,  
доктор филол. наук **Шалина И. В.**

## СОДЕРЖАНИЕ

### **ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ. ЛИНГВОПОЛИТОЛОГИЯ**

<b>Белобородко А. Н.</b> Ценностные ориентации песенной культуры XX века (на материале текстов песен телепередачи «Старые песни о главном»)	8
<b>Никифорова М. В.</b> Метафорическая модель «Россия – это медведь» в американских СМИ (на материале журналов «Time» и «The Economist»)	14
<b>Сюй Шаньшань</b> О некоторых аспектах гендерной лингвистики	20
<b>Уонг Мин Туан</b> Наречие <i>по-вьетнамски</i> в современной публицистике: трансляция культурной информации	33
<b>Цзя Пэнлин</b> Формулы речевого этикета в диалогах героев фильма «Питер FM»	45
<b>Чусовитина Е. А.</b> Опыт анализа интернет-комментариев как феномена обыденной лингвополитологии	54
<b>Гурьянова А. Н.</b> Газета «Карпинский рабочий»: в поисках обратной связи с читателями	63

### **РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ. КОММУНИКАТИВНАЯ ПРАГМАТИКА**

<b>Айдарова Ы.</b> Стратегии и тактики в агитационном политическом дискурсе (на материале русскоязычных СМИ Кыргызстана)	70
<b>Кузнецова Е. О.</b> Приемы конфронтации в портретном интервью (на примере авторской телепрограммы «Познер»)	78
<b>Ли Вэньлу</b> Максимумы и правила коммуникативного поведения в зеркале русской фразеологии	84
<b>Мальцева Т. В.</b> Метаязыковые операторы гармонизации общения в современной речевой практике	88
<b>Тримайлов А. П.</b> Средства диалогизации в речи ведущих развлекательных программ на радио	98
<b>Порозова И. Е.</b> Жанр путевых заметок в аспекте краеведения	108
<b>Харитоновна Ю. С.</b> Имидж женщины-телеведущей в политическом ток-шоу	111

### **ЛЕКСИКОЛОГИЯ**

<b>Ван Вэньцзя</b> Лексемы <i>ссора</i> и <i>ссориться</i> в словаре и речи	117
<b>Кужемратова К. С.</b> Имена собственные в романе В. Пелевина «S.N.U.F.F.»	125
<b>Сидоренко Е. Б.</b> Глагольные репрезентации мотива «достижение» в сценариях ролевых игр живого действия	131

<b>Чэн Юйсяо</b> Номинации Китая в российских СМИ .....	142
<b>Шашмурина Е. Л.</b> Семная структура слова имидж (по данным толковых словарей) .....	145

### **ТЕКСТ. ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ**

<b>Бортников В. И., Ратегова О. А.</b> Компонентный семантический анализ как метод сопоставления звеньев основной тематической цепочки в русско- и англоязычных версиях новостной заметки .....	150
<b>Бурова А. П.</b> Ценностные установки театральных блоггеров: к проблеме выявления и описания .....	155
<b>Дэмбэрэлмаа Б.</b> Категория темы в очерках В. Пескова .....	162
<b>Неугодникова Е. О.</b> Тестовый контроль на занятии по трансформациям в курсе «Теория и практика перевода» .....	167
<b>Пырикова Т. В.</b> Литературный оним в тексте фэнтези как объект лингвистического интереса (на материале произведений Терри Пратчетта) .....	173
<b>Самкова Е. В.</b> Короткие новостные сообщения в интернет-журналистике таблоидного типа: специфика заголовка .....	177
<b>Туголбай кызы А.</b> Ситуативная тема в мусульманской проповеди .....	184

# ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ. ЛИНГВОПОЛИТОЛОГИЯ

Белобородко А. Н.  
студентка 4 к. УрФУ

## ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПЕСЕННОЙ КУЛЬТУРЫ XX ВЕКА

(на материале текстов песен телепередачи  
«Старые песни о главном»)

С давних пор песня была неизменным спутником человека на его жизненном пути. Каждая песня как объект массовой культуры содержит в себе некоторую систему ценностей, способную трансформироваться вслед за изменением потребностей в обществе. Так, через исследование песен определенной эпохи мы можем судить о характере того времени, моральных устоях и ценностных предпочтениях.

Представленная работа посвящена исследованию вербализованных ценностей песенной культуры XX века в СССР. Известно, что век социализма был переломным в судьбе России. Такие глобальные события, как свержение монархии, утверждение новых ориентиров, решительный поворот в политической, экономической и социальной жизни, безусловно, нашли отражение в культуре. В тяжелое военное и послевоенное время, в период тоталитаризма создавались песни, помогающие народу восстанавливать нравственные силы. Культурная сфера жизни полностью контролировалась властью, и до слушателя доходили те композиции, которые эксплицировали принципы, выгодные государству.

В представленном исследовании важно учитывать ценностный параметр, поэтому приведем значимое для работы определение: «Ценность – это сложившаяся в условиях цивилизации и непосредственно переживаемая людьми форма их отношения к общезначимым образцам культуры и к тем предельным возможностям, от осознания которых зависит способность каждого индивида проектировать будущее, оценивать «иное» и сохранить в памяти прошлое [СФС 2004: 788].

Исследование песен позволяет проследить, как транслируются массовой культурой в советское общество ценностные ориентации и как они усваиваются им. Отметим, что изучение ценностей лингвистичес-



тическими методами – актуальное направление уральской стилистической школы [Вепрева, Купина, Шалина 2016, Ицкович 2016, Михайлова 2016].

Поскольку в работе ценностный параметр представляется интересным с точки зрения маскулинности и фемининности, приведем определение понятия «гендер»: «Гендер – большой комплекс социальных и психологических процессов, а также культурных установок, порожденных обществом и воздействующих на поведение национальной языковой личности» [Маслова 2001: 124]. Каждому представителю пола присущи определенные стратегии поведения и установки, в соответствии с которыми мужчины и женщины выстраивают собственный жизненный путь. Целью представленного исследования является выявление таких установок, позволяющее судить о гендерных поведенческих стратегиях того времени.

В качестве языкового материала выступают прозвучавшие в цикле новогодних музыкальных телефильмов Первого канала российского телевидения под названием «Старые песни о главном» песни, созданные в период с 1937 по 1975 гг. Выбор материала обусловлен популярностью песен, о чем говорит их регулярное перепевание новыми певцами вплоть до настоящего времени (например, песня **«Нежность»**, исполненная впервые Майей Кристалинской в 1965 г., была перепета певицей Нюшей в 2010 г.).

Содержание представленных песен посвящено вечным темам, остающимся актуальными в любое время. Об этом свидетельствует и название цикла – старые песни о *главном*, т.е. «самом важном, основном» [СОШ 2013: 131]. Одна из таких вечных тем – тема любви.

Большое количество музыкальных композиций затрагивает проблему взаимоотношений мужчины и женщины, и в каждой песне она отражается самобытно, поэтому любовную лирику можно подразделить на несколько категорий, отличающихся субъектом исполнения, палитрой чувств, обстоятельствами, характером создавшейся ситуации и др. Одну из таких категорий можно определить как ситуацию «затаенной любви». Герой или героиня такой песни испытывает сильные чувства к определенному лицу, но хранит их в тайне. Такая ситуация, где субъектом действия является женщина, представлена в песне **«Вот кто-то с горочки спустился»** в исполнении Наташи Королевой, Лады Дэнс и Алены Апиной. Эта композиция, впервые исполненная Екатериной Семенкиной и Антониной Фроловой, была написана в 1951 году Валентином Левашовым.

Сюжет песни представляет собой внутренний монолог женщины, встретившей любимого мужчину на улице. Первый куплет содержит описание внешнего вида избранника; героиня перечисляет именно те детали, которые вызывают у нее восхищение, что дает основание считать описываемый образ эталонным мужским образом. Прежде всего, это участник войны, о чем свидетельствует облачение героя: *на нем защитна гимнастерка; на нем погоны золотые*. Характер героя помогает раскрыть и тот факт, что он был награжден орденом: *и яркий орден на груди*. Орден – «особый знак отличия в награду за выдающиеся заслуги перед государством» [СОШ 2013: 459]. Мужчина, обладающий такой наградой, как правило, отличается храбростью, смелостью и благородством. Именно эти положительные внутренние качества привлекают героиню. Отметим также, что мужчина вежлив и приветлив. При каждой встрече он здоровается и ласково улыбается девушке (*зачем, когда проходит мимо, с улыбкой машет мне рукой*), очевидно, это открытый и учтивый человек.

Внешний вид героини не детализируется – на первое место выносятся ее переживания: *с ума меня сведет, нарушил мой покой, сердце сразу в моей волнуется груди*. Чувство любви вытеснило из ее жизни привычные составляющие повседневности и завладело как ее рациональной, так и эмоциональной сферой. Однако, несмотря на интенсивность чувства, героиня не в состоянии открыться молодому человеку. Скромность и знание приличий заставляют хранить симпатию в тайне – девушка скорее испытывает душевные мучения, чем радуется присутствию любви в ее судьбе. Рефреном повторяется вопрос (*зачем я повстречала его на жизненном пути*) – рефлексия героини на эту тему позволяет заключить, что ей осознается масштабность любовного чувства и его значимость.

Само явление затаенной любви предполагает, что носителем чувств и, следовательно, субъектом действия является один человек. Поэтому в песнях, посвященных данной тематике, мы можем выявить гендерные установки только одного героя. Второй герой песни предстает как объект, обладающий некоторыми позитивными качествами, способными привлечь противоположный пол. В представленной песне таким объектом является мужчина. Как воплощение идеала, это, прежде всего, преданный защитник Родины. Отметим также, что внешние данные героя не упоминаются; большее значение имеют внутренние качества, такие как храбрость, смелость, вежливость и доброта.

Прослеживаемую в тексте гендерную установку, адресованную женщине, мы можем определить как ориентацию на скромность и целомудрие. Тайное любовное чувство героиня бережно сохраняет в сердце и не позволяет себе даже намека на выражение симпатии к противоположному полу. Принятые в обществе нормы приличия и благопристойности требуют сокрытия любовных чувств, кроме тех, что закрепляются браком.

Аналогичная ситуация описана в песне «**Ой, цветет калина**», исполненная Анжеликой Варум. Впервые прозвучавшая в фильме «Кубанские казаки» в исполнении Клары Лучко, песня была написана М. Исаковским в 1950 г. Ее героиня также не может признаться молодому человеку в своих чувствах.

В песенном тексте отсутствуют приметы внешнего вида героя, поэтому сделать вывод о том, каков должен быть внешний идеальный образ мужчины, не представляется возможным. Основу композиции составляют переживания героиней своей нерешительности. Чувство девушки не мимолетно, о чем говорит смена времени года (*цветет калина – с калины облетает цвет*). И сама она осознает, что чувство это не покинет ее, а станет только крепче: *а любовь девичья с каждым днем сильнее*. Как и в предыдущей песне, девушка воспринимает свою любовь как несчастье из-за невозможности открыть избраннику сердце: *парня полюбила на свою беду, не могу открыться, слов я не найду*. Возможность признания в любви, однако, не покидает ее: *как же мне решиться рассказать о ней?* Боясь совершить опрометчивый поступок, она *не смеет волю дать словам*. Чувства остаются невысказанными. Итак, формируется женская гендерная установка: девушка не должна первой признаваться в любви, должна сохранять чувства в секрете. Ей позволительно принимать либо отклонять предложения. Мужская гендерная установка выражена в песне единичным призывом: *милый мой, хороший, догадайся сам!* Вся ответственность за развитие отношений ложится на мужчину. От него требуется решительность, инициативность, активность, в то время как от нее – скромность, целомудрие и постоянство.

Обратимся к песенным текстам, где выразителями чувств являются мужчины. Мужская робость и нерешительность в проявлении любовного чувства также получают свое воплощение в массовой песенной культуре. Одна из таких песен – «**Люди встречаются, люди влюбляются, женятся**», прозвучавшая в музыкальном фильме в исполнении Игоря Николаева. Первоначально песня исполнялась на

венгерском языке, а после была переведена на русский язык О. Жуковым. С 1975 г. композиция вошла в репертуар ВИА «Веселые ребята». Герой песни противопоставляет себя людям, сумевшим благополучно построить личную жизнь: *встречаются – влюбляются – женятся*. В нем присутствует пассивное начало: *мне не везет в этом так, что просто беда*. Встретив девушку, молодой человек чувствует, что именно она могла бы составить его счастье, но у него не хватает решительности, смелости и активности познакомиться с ней и довести дело до свадьбы: *в свой вагон вошла она, улыбнулась из окна. Поезд тронулся, я в след лишь рукой помахал ей в ответ*.

Второй куплет содержит описание встреченной героем девушки: *волосы светлые, в косы вплетенные*. Коса – древний символ чистоты и непорочности, девичья гордость, и даже если во второй половине XX века наличие косы как признак целомудрия девушки не воспринимается буквально, то всё же определенная апелляция к позитивному содержанию этого феномена существует. В портрете также есть описание глаз: *неба бездонного синь*. Как известно, глаза – зеркало души, а глаза этой девушки, как небо, чисты и красивы. Дополняет образ улыбка, и, что характерно, героя очаровала не изящная линия губ, а именно улыбка: *в улыбке весна*. Генетивная метафора вносит в характеристику девушки ноты радости и нежности. Обобщают образ эпитеты *стройная, милая, очень красивая*. Красота оценивается не как обезличенная стандартами картинность, а как явление естественное, о чем свидетельствуют природные образы (*небо, весна*).

В тексте мужская поведенческая установка транслируется через антиобразец. Именно стеснительность помешала познакомиться с девушкой робкому, нерешительному молодому человеку, и это *беда*. Следовательно, мужчине нужно быть решительным и уверенным в себе.

Женская поведенческая установка фрагментарно обнаруживается в эпизоде встречи молодых людей на вокзале: девушка улыбнулась герою, и это можно трактовать как намек на благосклонность и побуждение к активным действиям. Песня утверждает допустимость естественного гендерного поведения в ситуации встречи молодых людей.

Следующая песня под названием «**Я встретил девушку**», исполненная Филиппом Киркоровым, была переведена с таджикского языка Г. Регистаном в 1957 г. для одноименного фильма; исполните-

лем ее выступил Рашид Бейбутов. Песня содержит в себе три смысловые части, каждая из которых соответствует определенному событию в жизни героя. В первой части герой встречает девушку, во второй – теряет, а в третьей – решает найти ее во что бы то ни стало. В тексте не упомянуты какие-либо моменты взаимоотношений молодого человека и девушки, поэтому есть основания предполагать, что герой не открыл ей сердце по неуказанным причинам, и избранница осталась в неведении.

Созданный героем портрет девушки (*полумесяцем бровь, на щечке родинка, а в глазах любовь*) опозитизирован, что выдает в нем романтическую натуру. Любовь завлела молодым человеком всецело, лишив его внутренней гармонии: *ах, эта девушка меня с ума свела, разбила сердце мне, покой взяла*. До тех пор пока он не завоюет девушку, покой к нему не вернется. Сильное страстное чувство мотивирует героя на решительный поступок: *пусть целый свет пройду, но найду я любовь*. В этом обещании снова прослеживается поведенческая мужская установка: нужно быть решительным, настойчивым и инициативным, сделать первый шаг в развитие отношений.

Исследование текстов песен, пользующихся на протяжении более половины века популярностью, позволило выявить ценностные установки, транслируемые в коллективное сознание. Анализ выявляет ценность женской скромности, естественности, мужской предприимчивости в поступках, связанных с любовью. Эти идеи определяют поведенческие стереотипы, подтверждая социокультурный опыт народа.

## СЛОВАРИ

*СФС* – Современный философский словарь / под ред. В. Е. Кемерова. 3-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2004.

*СОШ* – Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. М.: А ТЕМП, 2004.

## ЛИТЕРАТУРА

Вепрева И. Т., Ицкович М. М., Кутина Н. А., Шалина И. В. Ценностные предпочтения современной студенческой молодежи в лингвокогнитивном и социопсихологическом освещении // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 2 (47). С. 62–73.

Ицкович Т. В. Ключевые понятия русской культуры ВЕРА и ЛЮБОВЬ в восприятии современного студенчества // Аксиологические

аспекты современных лингвистических исследований. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2016. С. 22–23.

Маслова В. А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов высш. учебн. заведений. М.: Академия, 2001. 208 с.

Михайлова О. А. Аксиологическая динамика толерантности в современной России // Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2016. С. 26–27.

**Никифорова М. В.**  
студентка 4 к. НТГСПИ

# **МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «РОССИЯ – ЭТО МЕДВЕДЬ» В АМЕРИКАНСКИХ СМИ** (на материале журналов «Time» и «The Economist»)

В современной лингвистике понимание метафоры не ограничивается ее риторико-стилистической трактовкой. Метафора также рассматривается как модель осмысления фрагмента мира, как механизм нашего мышления и отображения действительности в человеческом сознании (Дж. Лакофф).

Особая роль отводится метафоре в политической лингвистике. Э. В. Будаев и А. П. Чудинов отмечают: «Интенсивное развитие информационных технологий, возрастающая роль средств массовой информации, всё большая театрализация политической деятельности способствуют повышению внимания общества к политическому дискурсу, яркой приметой которого в последние десятилетия стала всё возрастающая метафоричность» [Будаев, Чудинов 2012: 8].

В современных СМИ значимое место занимает зооморфная (т. е. восходящая к сфере-источнику «Животные») метафора. Метафорическая модель «Государство – это животное» уже не раз становилась объектом специального изучения. На определенных временных участках подробно изучены образы России [Чудинов 2001; Чудинов, Солопова 2005; Будаев 2006; Посохова 2008]; Великобритании [Чудинов, Солопова 2005; Кропотухина 2011]; Грузии [Будаев 2006]; стран Балтии [Будаев 2006] и др. «Лидером» среди объектов метафо-

ризации в американском политическом дискурсе была и остается Россия как важнейший стратегический противник [Посохова 2008; Поскребышева, Голубева 2015 и др.].

Для исследования зооморфных метафор нами были отобраны журналы-еженедельники «Time» и «The Economist» за 2015–2017 гг. Особое внимание было уделено (1) метафоризации российского президента; (2) метафорической модели «Россия – это медведь»; (3) метафоризации России по другим моделям.

**1. Метафоризация российского президента.** Любопытно, что до конфликта в Сирии персона Путина достаивалась внимания обоих журналов (если рассматривать 2015 г.) нечасто. Еще реже встречаются метафоры, связанные с российским президентом. В статье *Putin's Secret Army* (29.06.2015), посвященной зависимости Чечни от России, читаем:

(1) *Many of the remaining insurgents came around to this reasoning; those who did not were **hunted down** and usually killed.* (букв. «Многие оставшиеся в живых повстанцы подчинились этому доводу; неподчинившиеся подверглись преследованию и в большинстве случаев были убиты»);

(2) *After the incident, Russian political analyst Alexander Shpunt noted that the Chechen leader appears to have «assumed the role of Putin's **bulldog**» and **has been kept on a long leash**.* (букв. «После инцидента российский политолог Александр Шпунт заметил, что чеченский лидер, оказывается, "принял роль путинского бульдога" и был посажен на длинную цепь»).

В обоих случаях воплощается метафорическая модель «Объект деятельности – это животное». В первом примере метафора выявляется на основе глагола «охотиться» (имеется в виду слот «дичь» либо «птица»), во втором – метафорический объект назван прямо и усилен с помощью словосочетания *содержался на длинной цепи* (*has been kept on a long leash*), безусловно оскорбительной для чеченского лидера Р. Кадырова. Лексема *бульдог*, составная часть характеризующего предиката, этимологически восходит к сочетанию *bull dog* – букв. ‘собака, травившая быка’. Через унижительное для чеченского лидера сравнение автор статьи оскорбляет и тех «коров», против которых «хозяин» (т. е. Путин) направит этого «бульдога». Метафора разворачивается в более широком контексте охоты, травли.

Такие контексты на страницах выбранных для анализа изданий характеризуются, однако, единичностью, бессистемностью. Более

частотной следует признать метафоризацию России безотносительно к ее лидеру.

**2. Метафорическая модель «Россия – это медведь».** Одна из статей «The Economist» (19.04.2015) предваряется лидом про «российского медведя» и характерной картинкой:

*The cost of stopping the Russian bear now is high – but it will only get higher if the West does nothing* (букв. «Остановить "российского медведя" сейчас дорого стоит – но стоимость этого лишь будет расти, если Запад ничего не сделает»).



**Рис. 1. Картинка, предваряющая статью «Остановить Россию» (The Economist, 19.04.2015)**

Само слово *bear* ('медведь') больше ни разу в статье не встречается, метафорическая модель уходит в подтекст. Таким образом, функция лида и характерного изображения «российского медведя», нацелившегося на Украину, – настроить читателя против государства-объекта метафоризации. «Остановить» Россию после Грузии, Крыма (подтекст: «медведь» их уже «съел») предлагается путем санкций, которые бы поставили нашу страну в условия, невыгодные для ведения войны на Украине. США в тексте статьи не упомянуты ни разу, про их роль в указанных конфликтах ничего не сказано.

Статья «Bear-backers» (букв. «Покровители медведя») в «The Economist», 4.02.2016, содержит номинацию *bear* ('медведь') лишь в заглавии. Соответствующая метафора реализуется на картинке, где бывший канцлер Германии, *Mr. Schröder*, «поддерживает дружбу» с «русским медведем» в отличие от стоящей в стороне А. Меркель:





Рис. 2. Картинка, предваряющая статью «Bear-backers»  
(*The Economist*, 04.02.2016)

По мнению автора, Германия «слишком тесно сотрудничает» с Россией – это обусловлено зависимостью от нашей страны через так называемый «Северный поток» (*Nordstream*) (см. рис. 2). Как и в заглавии предыдущей статьи, актуализируется фрейм «модель поведения» [Чудинов 2001, Посохова 2008]: медведь опасен, его нужно задабривать, чтобы не разорвал. В данном случае, однако, появляется слот «еда» как ‘инструмент задабривания’.

Еще в двух статьях («*The Economist*», 14.04.2016 и 16.02.2017) лексема *bear* встречается дважды – в заголовочном комплексе и в самом тексте. В первой статье – «*Baiting the Bear*» (букв. «Приручая медведя») – читаем:

*...some of those at whom the bear has shown its claws appear unready to fight.* (Букв. «многие из тех, кому медведь показал свои когти, оказались неготовыми обороняться».)

Статья «*Turkey's snuggling up to Russia is likely to hurt it*» имеет характерный подзаголовок: *Getting into bed with a bear* («Ложась в постель с медведем»). Разъясняется этот контекст только в самом конце, где приводятся слова президента Турции:

*As a former Turkish president put it, «building relations with big states is like getting into bed with a bear.» When that bear is Russia, it is best to stay wide awake.* (Букв.: «Как сказал прежний президент Турции, "выстраивание отношений с большими государствами подобно тому, как лечь в постель с медведем". Когда этот медведь – Россия, лучше всё время быть начеку».)

В обеих статьях высказываются опасения, что «российский медведь» разорвет, если вовремя не дать отпор. В последнем случае резко усилен «физиологический» подтекст. В первой статье метафора воплощается в опоре на слот ‘когти’ (‘облик медведя’), во второй – слот ‘интимные отношения’ и характерной картинкой:



Рис. 3. Картинка, предвещающая статью «Turkey’s snuggling up to Russia is likely to hurt it» (*The Economist*, 16.02.2017)

Отметим, что угловые столбики кровати, а также середина спинки «снабжены» соответствующей символикой. Огромный медведь и маленький человек имеют явно неравное положение: первый явно «перетягивает одеяло» с преобладающими кремлевскими звездами на себя.

Фрейм «модель поведения» воплощается в обеих статьях через частные разновидности, которые можно назвать «физиологическими».

### 3. Метафоризация России по другим зооморфным моделям.

Не связанная с «медведем» зоометафоризация России оказывается вновь связана с российским президентом, ее лидером. В статье номера «*The Economist*» от 14–20.02.2015 говорится, что он «захомутал», «взял в петлю» Крым (*looped off Crimea*), «поставил в стойло, запер в конюшню», «поцарапал шкуру» украинского развития (*use to stall and warp Ukraine’s development*). Очевидно, здесь заявлена лошадиная метафора, продолжающая разворачиваться по ходу статьи, где Путин – ‘хозяин лошади’, ‘хозяин положения’. Российский президент выступает как лидер, но лидер с отрицательной коннотацией, лидер-насилник, мучитель. Эта же трансформация («лошадь → хозяин

лошади») поддерживается единицами *the slow subjugation of south-east Ukraine* (**subjugation** – ‘подчинение’, от лат. *sub jugo venire* – ходить под ярмом, унижительный обряд, применявшийся римлянами для тех народов, которых они побеждали) и *by the alliance’s beefed-up Baltic air-policing mission* (**beefed-up** – ‘укрепленный, усиленный’, от *beef* – «говядина», в основе метафорического переноса лежит понятие о говядине как мясе, содержащем белки и другие полезные вещества). Перечисленные примеры восходят к метафорической модели «Объект деятельности – животное», причем объектом может являться не человек, а государство, подразделение и т. п. Модель воплощается через фрейм «модель поведения», слотами выступают «млекопитающие» (лошади и коровы).

Подводя итоги, скажем, что в 2016 и 2017 гг. метафорическая модель «Россия – это медведь» снова начинает актуализироваться по сравнению с другими моделями после некоторого «затишья» 2015 г. По-видимому, это можно объяснить несколькими причинами. Во-первых, несмотря на то, что президентом в настоящее время является В. В. Путин, а не Д. А. Медведев, чья фамилия оказала заметное влияние на концептуализацию по данной модели, «медведь» используется в качестве символа правящей партии – «Единой России». Во-вторых, медведь – животное большое, сильное, благородное и царственное, а в этом описании отнюдь не все соотносится с лидером государства, через которого и происходит концептуализация России. Гораздо более «говорящими», «кричащими» в 2015 г. являлись отождествления нашей страны с мучителем, насильником, а всех остальных – с жертвами этого насилия (в настоящее время Грузия, Крым, Украина – это «жертвы медведя»). В-третьих, «медвежья» метафора связана с идеей «дремучести», «грубости», «неотесанности». В то же время В. В. Путин неустанно демонстрирует военную активность, участие в гонке передовых вооружений и т. д. На языке метафоры это можно описать так: «российский медведь вновь скалит зубы». Иначе говоря, в последние два года агрессивность России (по мнению исследуемых СМИ) вновь начала расти.

В дискурсе американских СМИ 2015 г. метафоры России теряли свою зооморфность, «очеловечивались». В 2016–2017 гг. снова наблюдается актуализация модели «Россия – это медведь» в связи с новыми военными конфликтами. США при этом остаются вне зооморфной метафоризации.

## СЛОВАРИ

Мюллер В. К. Полный англо-русский русско-английский словарь. 300 000 слов и выражений. М.: Эксмо, 2013.

## ЛИТЕРАТУРА

Будаев Э. В. Россия, Грузия и страны Балтии в зеркале российских и британских метафор родства // Политическая лингвистика. 2006. № 18. С. 34–57.

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. М.: Флинта, 2012.

Кропотухина П. В. Когнитивное исследование фитоморфной метафоры в современных политических дискурсах России и Великобритании: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург: [б. и.], 2011.

Поскребышева Т. А., Голубева Т. М. Метафора шахматной игры как средство создания образа России в американском политическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 9-1 (51). С. 147–150.

Посохова Я. А. Зооморфная метафора как способ моделирования образа враждебной России в англоязычных СМИ // Политическая лингвистика. 2008. № 26. С. 88–94.

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2001.

Чудинов А. П., Солопова О. А. Метафорическое представление прошлого России и Великобритании в современном политическом дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2005. № 3. С. 33–45.

**Сюй Шаньшань**  
аспирант УрФУ

## О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ГЕНДЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Разворот современных гуманитарных наук в сторону человека привел к тому, что языковая личность стала изучаться во всем своем многообразии: субъект из «человека молчавшего» трансформировался в «человека говорящего», из «человека бесполого» – в индивида с

ярким проявлением мужского и женского начал. В настоящее время гендерные аспекты заняли весомое место в исследованиях различных отраслей гуманитарного знания. Гендерные исследования (гендерология) – относительно новая междисциплинарная область научных исследований, которая охватывает философию [Рябов 2000], социологию [Здравомыслова, Темкина 2000; Трофимова 2002], психологию [Кон 2009], лингвистику [Кирилина 1999, 2003; Кирова 2009; Коваль 2007; Ласкова 2001; Ольшанский 2003] и литературоведение [Охотникова 2002].

Термин *гендер* (gender) первоначально употреблялся в англоязычных исследованиях «для обозначения проявлений пола в поведении человека» [Jespersen 1975: 225]. В последнее время данная лексема номинирует понятие «пол как социально-культурный феномен», отмежевывая его от соотносительного понятия «пол в биологическом аспекте».

В конце 60-х – начале 70-х годов XX века первыми гендерными исследованиями в лингвистике начали заниматься американские и немецкие ученые благодаря так называемому Новому женскому движению [Lakoff 1975; Connell 1987]. В конце 80-х – начале 90-х годов XX века гендерные исследования стали проводиться регулярно в российской лингвистике. Появляется новая отрасль российского языкознания – гендерная лингвистика (или лингвистическая гендерология) – дисциплина, в центре исследования которой находится гендер – «социокультурный конструкт, связанный с приписыванием индивиду определенных качеств и норм поведения на основе его биологического пола» [Кирилина, Томская 2005: 96].

Гендерная лингвистика конкретизирует мысль Ю. С. Степанова о том, что «язык создан по мерке человека, и этот масштаб запечатлен в самой организации языка» [Степанов 1974: 15], пытаясь доказать, что язык скроен по гендерной мерке человека, и наличие людей разного пола манифестируется в языке. При этом выясняется, что мы бессознательно воспринимаем «проявляющееся в языке мировоззрение, рассматривая мужской элемент как первичный, женский – как производный», что «противоречит логике и чувству справедливости» [Бодуэн де Куртене 1963: 37].

Можно выделить сложившиеся направления лингвистических исследований: гендер анализируется как социокультурный феномен, который проявлен, во-первых, в системе языка и, во-вторых, в речевом поведении языковых личностей. С точки зрения гендерной лин-

гвистики, язык как система и речь как реализация языка наделяются «гендерными мерками». Кроме того, гендер может рассматриваться как категория социолингвистики и лингвокультурологии, в рамках которых язык является средством получения знаний о конструировании социокультурного пола.

Цель данной работы – дать аналитический обзор работ, посвященных грамматической категории рода в русском языке как форме отражения гендера в системе языка, и рассмотреть особенности речевого поведения женщин и мужчин как конституирующий признак любой коммуникации.

В отечественной лингвистике значительное место в области грамматических изысканий занимает категория рода, которая рассматривается исследователями в синтаксическом, морфолого-словообразовательном и лексическом аспектах [Бодуэн де Куртенэ 1963; Брагина 1981; Вепрева 2010, 2012; Голев 2013; Зубова 2002; Коваль 2007; Кронгауз 1996; Курилович 1962; Мучник 1971; Норман 2006, 2009; Якобсон 1971; Янко-Триницкая 1966].

Напрямую пол манифестируется в языке в грамматической категории рода, которую исследователи считают, с одной стороны, самым характерным грамматическим признаком, так как «отнесение к одному из трех соотносительных классов – мужского, женского, среднего (т.е. ни того, ни другого – ни мужского, ни женского) рода – обязательно для каждого имени существительного в единственном числе» [Виноградов 1972: 56], с другой стороны, у большинства существительных, которые не обозначают лиц или животных, форма рода «представляется немотивированной, бессодержательной. Она кажется пережитком давних эпох, <...> когда в делении имен на грамматические классы отражалась свойственная той стадии мышления классификация вещей, лиц и явлений действительности» [Там же].

Род в современном русском языке является классифицирующей лексико-морфолого-синтаксической категорией и чаще определяется формально (по окончанию), а не содержательно. В грамматических исследованиях указывается, что при распределении существительных по родам «работают» разные признаки. Лексический признак важен при определении рода у одушевленных существительных, у них род соотносится с биологическим полом, например: *папа – мама, бык – корова, буржуа – леди*. У большинства склоняемых существительных значение рода определяется по морфологическому признаку – по характеру основы и окончания в именительном падеже единственного

числа, ср.: *стул* – муж. р., *доска* – жен. р., *окно* – ср. р. или по форме родительного падежа в случае совпадения форм именительного, ср. *тюль* – *тюля* – муж. р., *фасоль* – *фасоли* – жен. р. У несклоняемых существительных (кроме названий лиц мужского и женского пола) род определяется по синтаксическому признаку, т.е. по роду согласуемого с данным существительным слова, ср.: *вкусное пюре* – ср.р., *крепкий кофе* – муж.р. Синтаксическая сторона обнаружения рода является самой универсальной. «Она состоит в том, что с формой рода существительного «согласуют» свои родовые формы поясняющие его слова (прилагательные, глаголы в значительной части своих форм): **новый** костюм Ø висел Ø – **новая** юбка висела – **новое** платье висело» [Мучник 1971: 178]

Сделаем еще одно замечание о словообразовательных особенностях названий лиц мужского и женского пола. Общеизвестно, что в русской словообразовательной системе есть целый класс модификационных суффиксов со значением женскости [Русская грамматика 1980. Т.1: 200–204], которые, присоединяясь к существительным, обозначающим лиц мужского пола, образуют наименования лиц женского пола. Регулярность образования производных существительных со значением женскости напоминает Г. О. Винокуру облигаторность морфологической парадигмы. Опираясь на примеры *учитель* – *учительница*, *ученик* – *ученица*, *китаец* – *китайка*, *пловец* – *пловчиха*, ученый говорит об этих отношениях, как «о принудительной связи между суффиксальными образованиями» [Винокур 1959: 440].

Указанная специфика грамматической категории рода создает ситуацию, когда род, оторвавшись от своей биологической основы, приобретает характер системы условной, формальной. Наблюдается обратная ситуация – грамматический род «материализуется» в биологический пол, происходит гендерное олицетворение неодушевленных предметов. Категория рода начинает выступать как элемент языковой игры. С другой стороны, образование лиц женского рода от существительных мужского рода приобретает в языке социолингвистическую характеристику, и продуктивность данной модели начинает зависеть от социального времени и мировоззренческого взгляда на гендерные проблемы.

Покажем подробнее проявление этих тенденций.

В русском языке те существительные, у которых грамматическое значение маскулинности или фемининности никак не мотивировано половой соотношенностью, могут семантически получать симво-



лическое гендерное значение. По Б. Ю. Норману, «такая “семантизация” грамматики связывается с мифопоэтической традицией. Роду практически любого существительного можно придать символическое значение, если того требует эстетическая (поэтическая) задача» [Норман 2006: 156]. Метафорическое употребление неодушевленных существительных, их маскулинизация или феминизация обеспечивается в условиях художественного контекста. Так, «наиболее часто процессу грамматической метафоризации подвергаются лексемы *береза, ива, дуб, рябина, яблоня, клен, сосна*» [Хайрутдинова 2008: 68]. Или, например, высказывания *подруга – лень; три сестры – вера, надежда, любовь*, отражая определенные гендерные смыслы, связаны с проявлением эстетических функций неодушевленных существительных при их метафорическом использовании.

В исследованиях, посвященных языковой игре в различных видах дискурса, не последнее место занимает категория рода [Гридина 1996; Зубова 2010; Норман 2006, Ремчукова 2005 и др.]. Ученые отмечают новые факты грамматической неологии – широкое употребление форм среднего рода в игровом словотворчестве: *книжко, собачко, соседко, тетко, пятницо* [Зубова 2010]. Игры со средним родом распространены в Интернете, и первоначально они интерпретировались как проявление демонстративной антиграмотности [Кронгауз 2008]. Но распространение игрового увлечения средним родом заставляет ученых искать более серьезные причины психологического и социального свойства. Таких причин называют несколько: реализовать «потребность человека снизить пафос высказывания, интимизировать речь» (*Я блондинко; А еще такое тарелко, жена ваяла*) [Зубова 2010: 21]; защититься от чужого мнения самоиронией (*мое стихо, картинко*); указать «на неполное соответствие человека его гендерной роли» (*мужчино, любовницо*) [там же]; попытаться создать новую модель общего рода (*лошадко, мужчино*).

Стилистический эффект окказионального употребления лексем в форме среднего рода обусловлен тем, что средний род – категория условная, по В. В. Виноградову, «ни того, ни другого – (ни мужского, ни женского) рода» [Виноградов 1972: 56]. Именно потому, что являясь семантически пустой, эта категория способна «максимально наполняться содержанием» [Зубова 2010: 22]. Любые тексты, которые ориентированы на выполнение эстетической функции, «склонны преобразовывать формальное в содержательное» [Там же: 23].



Это свойство смысловой пустоты среднего рода используется часто в разных игровых целях, в том числе и рекламного характера, например: ...*А кофе пьем какое-то говно – / Какой там «он» – понятно, что оно!* (В. Вишневский. Басни о Родине). Средний род может вызвать и культурно-речевую реакцию носителя языка, см., например, в связи с дискуссией 2009 года об отражении вариантных норм в орфоэпических словарях музыкальный отклик группы «Глом», защищающей мужской род существительного *кофе*: *В реформе русской речи / Извращался кто как мог / Мол, варьируется норма:/ Есть и твОрог, и творОг./ Но меня не убедите, / Бесполезен этот спор./ Это мой кофе / И мой договОр.*

Обратимся к анализу наименований лиц женского и мужского пола, связанных с профессиональной деятельностью. В традиционном обществе деятельность женщин была замкнута в рамках семьи и домашнего хозяйства, женщины не принимали участия в некоторых видах деятельности, поэтому в языке отсутствуют названия лиц женского пола, связанные с «мужскими» занятиями, например, нет соответствующих пар у существительных *маршал, воин, боец* и т. п.

В XX веке положение женщин резко изменилось. Вовлечение женщин в производственную, общественную и другие виды деятельности приняло массовый характер, в результате этого возникло большое множество профессий и специальностей, где участвовали и мужчины, и женщины, в родовой системе языка возникло множество коррелятивных пар: *летчик – летчица, космонавт – космонавтка*. В связи с участием женщин почти во всех отраслях трудовой деятельности в России число специфических женских форм стало увеличиваться. Глубокие социальные изменения, порожденные XX веком, стимулировали существенные сдвиги в словообразовательном способе родовой характеристики. С помощью суффиксов образуются названия лиц женского пола по профессии и специальности. Например, суффиксы *-к (а), -ниц(а), -щиц (а), -чиц (а), -есс (а), -ис (а)*: *студент – студентка, артист – артистка, преподаватель – преподавательница, летчик – летчица, продавец – продащица, поэт – поэтесса, актер – актриса*.

Иногда образованию коррелятивного существительного женского рода мешает оценочная экспрессия ряда суффиксов: Некоторые из них носят сниженное, иногда пренебрежительно-уничижительное значение: *архитекторша, докторша, профессорша, врачиха* [Вепрева 2012; Мучник 1971; Норман 2006, 2009]. Есть причины и морфо-

нологического свойства, когда невозможно образовать пару по роду в связи с фонетическими затруднениями, например: *хирург, профорг, маг*. Коррелятивные параллели невозможны, когда в лексической системе языка место занято омонимичными лексемами, ср.: *штука-тур, кочегар, электрик, матрос* и их корреляты.

В силу указанных выше языковых причин, а также в силу причин социального свойства появилась противоположная тенденция к возврату форм мужского рода. Если в досоветское время предпочтительны были номинации лица с учетом пола (*крестьянин / крестьянка*), то после революции общественный дискурс постепенно перешел к преимущественному употреблению форм мужского рода по отношению к лицу любого пола [Янко-Триницкая 1966].

Такая группа существительных (*архитектор, судья, адвокат, доцент, кандидат наук, депутат, прокурор, инженер*), которые могут почти с одинаковым успехом именовать как мужчин, так и женщин – в русской грамматике получила название «существительных общего рода» [Норман 2006: 154], см. также [Мучник 1971: 219]. Причина подобной тенденции прежде всего имеет социальный характер и объясняется тем, что применение мужского обозначения к референту-женщине значительно повышает ее статус. «Семантика категории социально-активного лица не предполагает дифференциации по половому признаку. Тенденция называть себя мужским именем – черта эмансипированной женщины XX века» [Вебрева 2010: 75–76].

В XXI веке линия женской социализации в русской грамматической системе стала реализоваться иначе. «В языке обнаруживается своеобразный «грамматический вирус» женскости: публицистический дискурс предпочитает обозначать лиц женского пола по тому или иному виду деятельности с помощью номинаций с суффиксами женскости, прежде всего с суффиксом *-ш(а)*, например: *банкириша, министерша, президентша* и др.» [Вебрева 2010: 74].

Женская языковая личность XXI века переосмыслила свой гендерный статус в обществе. Новая реальность, феминистские устремления современных русских женщин заставили активизироваться класс существительных со значением женскости. Выдвижение женщин на ответственные и значимые посты в общественной жизни XXI века, освоение ими новых сфер деятельности спровоцировали всплеск номинаций, маркирующих женское начало. Профессиональная востребованность женщин в роли организаторов и руководителей стимулировала рост номинаций с суффиксами женскости. Самым

продуктивным оказался суффикс *-ш(а)* несмотря на его многозначность и разговорную окраску. И. П. Мучник по этому поводу писал, что «немаркированная форма представляет собой отвлеченное название лица по профессии, полностью абстрагированное от конкретной индивидуальности называемого лица. При конкретном же названии женщины по профессии – а основу этой конкретности для русского языкового сознания составляет именно обозначение пола – как правило, пользуются маркированной формой женского рода» [Мучник 1971: 220]. Высокие должностные посты занимают известные женщины, поэтому обычно существительное женского рода, обозначающее профессию или должность, сопровождается указанием на конкретное лицо, например: *немецкая канцлерша Ангела Меркель; министрша торговли Швеции Мария Борелиус; британская премьерша Тереза Мэй; властная банкирша Эмма Эггерт*.

Итак, класс производных существительных со значением женскости ярко демонстрирует тесное взаимодействие социальных факторов с внутриязыковыми.

Перейдем к рассмотрению гендерных различий, которые существуют в речи, что проявляется на разных уровнях коммуникации – вербальной и невербальной. При изучении гендерных особенностей речевой деятельности формировалось общее представление преимущественно об особенностях женской речи и женского поведения. При этом мужская речь рассматривалась как норма, а женская – как отклонение от нее. Исследование гендерных различий в мужской и женской речи с равноправных позиций началось лишь в конце прошлого века и связано с возникновением феминизма. Одной из наиболее известных работ в этой области стала книга Р. Лакофф «Язык и место женщины» [Lakoff 1975], подтвердившая андроцентричный строй языка и ущербность образа женщины в языковой картине мира. Другой основополагающей работой в этом направлении стала монография Д. Таннен «Ты меня просто не понимаешь. Женщины и мужчины в диалоге» [Таннен 1996].

В отечественной лингвистике особое и важное место заняла работа Е. А. Земской, М. В. Китайгородской, Н. Н. Розановой «Особенности мужской и женской речи» [1993], наиболее полно раскрывающая особенности речи мужчин и женщин в интонации, лексике, словоупотреблении. Гендерные аспекты речевого поведения специально изучались в [Беляева 2002; Гетте 2004; Горошко 1996; Коваль 2007; Коноваленко 2003; Тарасова 2006 и др.]

Приведем иллюстративно некоторые результаты наблюдений указанных выше авторов. Различия между мужской и женской речью прежде всего отражаются в фонетике и в лексике. В сфере фонетического оформления речи маркером женской речи является растяжение гласных звуков: *ми-и-ленький*; а растяжение согласного – мужской речи: *[ж:]арко! Ду[р:]ак ты!*

Типичной стилистической характеристикой женской речи является тенденция к гиперболизированной экспрессии: эмоциональность в женской речи обычно проявляется в употреблении слов, характеризующих внешнюю привлекательность лица, предмета или явления: *прелесть, прелестный, красивый, красавец, прекрасный, хороша*; с другой стороны, для феминной речи не менее характерно «использование слов с выразительной негативной коннотацией: *жутко обидно; Это ужасно!*» [Коваль 2007: 57]. Выбор модальных частиц также гендерно обусловлен [Абдуллаев 2015].

Высокой валидностью обладают современные исследования, основанные на разработке речевых корпусов. Так, в рамках проекта ученых Санкт-Петербургского университета «Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах» осуществляется запись повседневной русской речи ОРД («Один речевой день»), для получения звукозаписей которого информанты-добровольцы согласились прожить целый день с «диктофоном на шее», записывающим всю их речевую коммуникацию. Речевой корпус содержит 1200 часов звукозаписей 209 информантов (95 мужчин, 94 женщин, 20 детей). Качественно новый уровень исследований позволил авторам выявить наиболее употребительные слова женской и мужской устной русской речи. Ученые отмечают: «Личное местоимение *я*, являющееся абсолютным лидером в женской речи, уступает пальму первенства частице *ну* в мужской речи. Видно, что женщины уделяют больше внимания формальному поддержанию разговора (*угу, хорошо*), меньше хезитируют и чаще используют усилительные слова (*очень*) и междометия (*ой*). Мужчины реже употребляют в речи личные местоимения, у них чаще наблюдаются хезитации. Наиболее отличительной чертой мужской речи по сравнению с женской является отмечаемое всеми без исключения исследователями в верхней зоне частотного словаря бранной лексики, непечатных слов и их субститутов» [Шерстинова 2016: 621–622].

В качестве особенностей речевого поведения обоих полов выделяются мужской и женский коммуникативные стили. Мужской

коммуникативный стиль – «деловой, доминантный, демократичный, прямой, рациональный, логичный, обобщенный, монотемный, объективный, точный, интраактивный, монологичный, стереотипный, лаконичный» [Гетте 2004: 4]. Женский коммуникативный стиль – «гармонизирующий, паритетный, косвенный, эмоциональный, алогичный, детализированный, политемный, субъективный, диффузный, интерактивный, диалогичный, творческий, мобильный, многословный» [там же]. В мужских разговорах наиболее распространены такие темы, как техника, коммерческие дела, политика и спорт; женщины чаще говорят о других женщинах и моде, кулинарии, детях и одежде. Достаточно подробно особенности женского и мужского стилей речевого поведения рассматривает Е. И. Горошко [Горошко 1996]. Так, по ее мнению, существует также мужская и женская «интерпретация» вербальной агрессии: женщина считает ее направленной лично против себя и склонна перебивать общение, мужчины видят в ней способ интенсификации беседы.

Гендерное телесное невербальное поведение получило описание в работах Г. Е. Крейдлина и его коллег [Григорьева, Григорьев, Крейдлин 2001; Крейдлин 2005]. Первые попытки соотнести речевой код мужчин и женщин с параязыковым и жестовым кодами позволили, наряду с общекommunikативными жестами, выделить некоторые мужские и женские невербальные формы выражения одного и того же смысла в пределах одного жестового языка. «Например, выражая смысл 'смущение' русские мужчины чаще потирают рукой подбородок или нос, а женщины потирают щеки или область непосредственно перед шеей» [Крейдлин 2005: 61]. Несовпадение мужских и женских телодвижений проявляется также в походке и позах, при этом невербальные исследования начинают учитывать возможные межкультурные и возрастные различия, см. реконструкцию жестового поведения русских эмигрантов первой волны [Крейдлин 2002].

Подведем итоги нашим исследованиям. Гендер отражается как в единицах языка, так и в коммуникативном поведении мужчин и женщин. Гендерный подход представляет собой дальнейшее дифференцированное развитие антропоориентированного изучения языка и позволяет точнее учитывать человеческий фактор в языке.

## СЛОВАРИ

Григорьева С. А., Григорьев Н. В., Крейдлин Г. Е. Словарь языка русских жестов. М.; Вена: Языки русской культуры, 2001.

## ЛИТЕРАТУРА

- Абдуллаев Р. Ф.* Модальные частицы в речи мужчин и женщин // Известия Волгоград. гос. пед. ун-та. 2015. № 9-10 (104). С. 161–166
- Беляева А. Ю.* Особенности речевого поведения мужчин и женщин : На материале русской разговорной речи: дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2002.
- Бодуэн де Куртене И. А.* Об отношении русского письма к русскому языку // Избранные труды по общему языкознанию. Т. II. М.: Изд-во АН СССР, 1963. С. 209–235.
- Брагина А. А.* Наблюдение над категорией рода в русском языке // Вопросы языкознания. 1981. № 5. С. 68–78.
- Вепрева И. Т.* «Грамматический вирус» женскости на фоне тенденции к аналитизму в современном русском языке // II Междунар. конф. «Русский язык и литература в международном образовательном пространстве: современное состояние и перспективы» Гранада, 8–10 сентября 2010 г.: К 55-летию преподавания русского языка в Испании. Том 1, Докл. и сообщ. Granada. Madrid: RUBINOS–1860, S.A. 2010. С. 74–78.
- Вепрева И. Т.* Женщина в грамматике, словаре и речевой практике // Человек о языке – язык о человеке: Сб. ст. памяти академика Н. Ю. Шведовой / Отв. ред. М. В. Ляпон. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2012. С. 91–99.
- Виноградов В. В.* Русский язык. Грамматическое учение о слове. Изд. 2-е. М.: Высшая школа, 1972.
- Винокур Г. О.* Заметки по русскому словообразованию // Винокур Г. О. Избранные работы по русскому языку. М.: Учпедгиз, 1959. С. 419–442.
- Гетте Е. Ю.* Речевое поведение в гендерном аспекте (Проблемы теории и методики описания): дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2004.
- Голев Н. Д.* «Общий род» и гендерная семантика русских имен существительных: бигендерность или агендерность? // Вестник Томск. гос. ун-та. Филология. 2013. № 6 (26). С. 14–28.
- Горошко Е. И.* Особенности мужского и женского вербального поведения: дис. ... канд. филол. наук. М., 1996.
- Гридина Т. А.* Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 1996.
- Здравомыслова Е. А., Темкина А. А.* Социология гендерных отношений и гендерный подход в социологии // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 15–24.

- Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н.* Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании / под ред. Е. А. Земской и Д. Н. Шмелева. М.: Наука, 1993. С. 90–136.
- Зубова Л. В.* Ироническая грамматика: средний род в игровой неологии // Вопросы языкознания. 2010. № 6. С. 16–25.
- Кирилина А. В.* Гендер: Лингвистические аспекты. М.: Институт социологии РАН, 1999.
- Кирилина А. В.* Некоторые итоги гендерных исследований в российской лингвистике // Сб. тез. Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация» МГЛУ, Москва, 27–28 ноября 2003 г. М.: МГЛУ, 2003. С. 12–13.
- Кирилина А. В., Томская М. В.* Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки, 2005. №2. С. 96–112.
- Кирова А. Г.* Развитие гендерных исследований в лингвистике // Вестник Томск. гос. пед. ун-та. 2009. № 8. С. 138–140.
- Коваль В. И.* Язык и текст в аспекте гендерной лингвистики. Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2007.
- Кон И. С.* Мужчина в меняющемся мире. М.: Время, 2009.
- Коноваленко И. В.* Роль гендерного фактора в коммуникативном поведении мужчин и женщин: дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2003.
- Крейдлин Г. Е.* Невербальная семиотика. М.: Новое литературное обозрение, 2002.
- Крейдлин Г. Е.* Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. М.: Языки славянской культуры, 2005.
- Кронгауз М. А.* Sexus, или Проблема пола в русском языке // Русистика. Славистика. Индоевропеистика. М., 1996. С. 510–525.
- Кронгауз М. А.* Утомленные грамотой // Новый мир. 2008. № 5. С. 153–159.
- Курилович Е.* К вопросу о генезисе грамматического рода // Курилович Е. Очерки по лингвистике. М.: Изд-во иностранной литературы, 1962. С. 204–209.
- Ласкова М. В.* Грамматическая категория рода в аспекте гендерной лингвистики: дис. ... докт. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2001.
- Мучник И. П.* Грамматические категории глагола и имени в современном русском литературном языке. М.: Наука, 1971.
- Норман Б. Ю.* Лингвopsихологический аспект грамматической категории рода // Russian linguistics. 2006. С. 153–174.
- Норман Б. Ю.* Лингвистическая прагматика (на материале русского и других славянских языков): курс лекций. Минск: БГУ, 2009.

Ольшанский И. Г. Лексикографические аспекты гендерных исследований // Докл. Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». МГЛУ, Москва, 27–28 ноября 2003 г. М.: МГЛУ 2003. С. 81–82.

Охотникова С. Р. Гендерные исследования в литературоведении: проблемы гендерной поэтики // Гендерные исследования и гендерное образование в высшей школе. Ч. 2. Иваново: Ивановск. гос. ун-т, 2002. С. 273–279.

Ремчукова Е. Н. Креативный потенциал русской грамматики. М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2005.

Русская грамматика : в 2 т. / гл. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Наука, 1980.

Рябов О. В. Национальная идентичность: гендерный аспект (на материале русской историографии): дис. ... д-ра филос. наук. Иваново, 2000.

Степанов Ю. С. Эмиль Бенвенист и лингвистика на пути преобразований [Вступ. ст.] // Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. С. 9–16.

Таннен Д. Ты меня не понимаешь! Почему женщины и мужчины не понимают друг друга. М.: Вече, Перрсей, АСТ, 1996.

Тарасова О. Н. Гендерная специфика поведения человека в аспекте взаимодействия вербальных и невербальных компонентов коммуникации (На материале англоязычных художественных текстов): дис. ... канд. филол. наук. Иваново, 2006.

Трофимова Е. И. Терминологические вопросы гендерных исследований в филологических науках // Общественные науки и современность, 2002. № 6. С. 178–188.

Хайрутдинова Г. А. Характеристика морфологических средств русского языка в аспекте их эстетического потенциала // Вестник Башкирск. ун-та, 2008. Т. 13, № 1. С. 65–68.

Шерстинова Т. Ю. Наиболее употребительные слова повседневной русской речи (в гендерном аспекте и в зависимости от условий коммуникации) // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегодной международной конференции «Диалог» (Москва, 1–4 июля 2016 г.). Вып. 15 (22). М.: Изд-во РГГУ, 2016. С. 616–631.

Якобсон Р. О. О структуре русского глагола // Якобсон Р. О. Избранные работы. М.: Прогресс. С.210–221.

Янко-Триницкая Н. А. Наименования лиц женского пола существи-



тельными женского и мужского рода // Развитие словообразования современного русского языка. М.: Наука. 1966. С. 153–167.

*Jespersen O.* Language, its nature development Origin. London: George Allen & Unwin Ltd, 1922.

*Connell R. W.* Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics. Cambridge: Polity Press, 1987.

*Lakoff R.* Language and Woman's Place. New York: Harper and Row, 1975.

**Уонг Мин Туан**  
аспирант УрФУ

## **НАРЕЧИЕ ПО-ВЬЕТНАМСКИ В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ: ТРАНСЛЯЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Особое место в системе языка занимает класс качественно-обстоятельственных наречных образований со структурными компонентами *по-...-и*, *по-...-ему*. В данных типах наречий содержатся оттенки значения, указывающие «на соответствие нормам чего-нибудь, значение образа и способа действия, – все эти семантические нюансы наслаиваются на качественное значение и образуют вместе с ним сложную смысловую амальгаму» [Виноградов 1972: 299]. Семантическая сложность данных наречий отчасти связана с тем, что по форме производная основа соотнесена с прилагательным, а по семантике с существительным, «т.е. отношения производности наблюдаются не между двумя, а между тремя основами» [Земская 1973: 69]. Например, *по-дачному*, *по-циркового* образованы от прилагательных *дачный*, *цирковой*, а по смыслу соотносятся с именами существительными, «т.е. *по-дачному* – ‘как на даче’, *по-циркового* – ‘как полагается в цирке’» [там же]. Указанная выше семантическая двуфокусность наречия позволяет удовлетворять коммуникативную потребность говорящего в разносторонней характеристике объекта действительности с помощью наречных лексем. В силу специфики своей семантики данные наречия могут являться своеобразными маркерами, позволяющими выявить национально-культурную идентичность носителя того или иного языка, актуализировать стереотипные представления о на-

циональном характере, см.: [Вепрева 2016а; 2016б; Новоженова 2014].

В рамках нашего исследования мы обратились к анализу употребления в публицистическом дискурсе наречия *по-вьетнамски* в целях выявления культурной информации о Вьетнаме и о вьетнамцах, хранящейся в сознании русских. Словоформа *по-вьетнамски* с точки зрения структурно-семантической характеризуется как качественно-обстоятельственное наречие [Ефремова 2006, Т. 2: 767], образованное от прилагательного *вьетнамский* префиксально-суффиксальным способом [Русская грамматика 1980, Т. 1: 403]. Согласно этому, наречие *по-вьетнамски* несет значение прилагательного *вьетнамский*: «Относящийся к вьетнамцам, к их языку, национальному характеру, образу жизни, культуре, а также к Вьетнаму, его территории, внутреннему устройству, истории; такой, как у вьетнамцев, как во Вьетнаме [ТСРЯ 2008: 141].

Как правило, наречие *по-вьетнамски* употребляется в сочетании с глаголами, образуя глагольно-наречные словосочетания. Кроме того, это наречие может сочетаться и с именами: с существительными оно образует субстантивно-адverbиальные словосочетания (*воспитание по-вьетнамски*, *любовь по-вьетнамски* и др.), где словоформа *по-вьетнамски* является несогласованным определением, передающим значение: «1. Так, как характерно для вьетнамцев или для Вьетнама; 2. На вьетнамском языке» [Ефремова 2006, Т.2: 767].

Эмпирической базой нашего исследования является материал, собранный с использованием электронной базы данных Интегрум (Intergrum.ru). Корпус содержит около 4 тысяч источников русскоязычных СМИ, большинство из которых начинается с середины 90-х годов XX века. Введя слово *по-вьетнамски* в поисковую систему, мы получили 534 документа, содержащих данное наречие. Анализируемая лексема употребляется в текстах следующей тематики: культура, общественная жизнь, политика, экономика. Собранный материал позволил выделить ряд аспектов, раскрывающих национальную специфику вьетнамской культуры.

Наиболее объемную группу словоупотреблений со словоформой *по-вьетнамски* составляет словосочетания с глаголами мыслеречевой деятельности: *говорить, сказать, заговорить, переговариваться, разговаривать, рассказать, читать, написать, печатать, спросить, ответить, сообщать, шептать, ругаться, выкрикнуть, изъяснять, растолковать, звучать, звать, называть(ся), поздоро-*

ваться, приветствовать, зачирикать, выть, мяукнуть, петь(ся), вспомнить, выучить, знать, думать, понимать.

Именно в сочетании наречия *по-вьетнамски* с глаголами говорения и мышления выделяются важные закономерности не только межкультурных контактов, но прежде всего межъязыковых отношений в определенных коммуникативно-речевых ситуациях. При этом межъязыковой контакт обнаруживается в русскоязычном тексте и фиксируется со стороны русскоязычного автора как участника коммуникативно-речевой ситуации, в которой часть коммуникации осуществляется на иностранном языке (автор выступает в роли адресата). Кроме того, словоформа *по-вьетнамски* употребляется в текстах, описывающих ситуацию, где подчеркивается язык, который активно используется народом, группой как коммуникативный инструмент (автор выступает в ролях наблюдателя). В тексте чужой (вьетнамский) язык может обнаруживаться разными способами.

Автор называет чужой язык, констатирует факт говорения на иностранном (вьетнамском) языке. Например:

(1) *Папа с рождения с ней говорил только по-вьетнамски, а мама только по-русски, она понимает всё, но отвечает по-русски...* (Арсеньевские вести (Владивосток); 27.05.2009);

(2) *Госпожа Цой, кстати, завоевала сердца метных жителей еще до первого выступления. Они не давали ей проходу на улицах. И, обращаясь по-вьетнамски, искренне удивлялись, что такая красивая девушка ничего не может ответить* (Московский комсомолец; 22.05.2001);

(3) *Организаторы выставки долго стоят около наших площадей, оживленно переговариваясь по-вьетнамски* (Рязанские ведомости; 19.11.2005).

«Русский и вьетнамский языки являются разноструктурными и генетически не родственными языками» [Нгуен Тхи Ле 2013: 282]. Фонетическая система вьетнамского языка сильно отличается от фонетической системы русского. «Тоновый, а не силовой характер выделения звуков в слове» [там же: 285] делает вьетнамский язык музыкальным. Крайне интересно, что русские, оценивая генетически разный интонационный рисунок вьетнамской речи, используют звукоподражательную лексику, передающую фонации животного мира. Звуки животных служат средством образного выражения положительного или отрицательного впечатления от незнакомой речи: *чирикать, петься-прыгать, мяукнуть*. Например:

(4) *Серега помолчал четыре секунды, глубоко выдохнул и бойко по-вьетнамски зачирикал* <...> (Среда; 10.11.1999).

Вьетнамская речь воспринимается русскими как пение птицы, потому что голос птицы характеризуется высоким тоном. Кроме того, средняя скорость речи во вьетнамском языке на порядок выше средней скорости речи в русском языке.

(5) *В Акигуате родились и две ее дочери, Катя и Даша, звезды районных и кустовых олимпиад по биологии, литературе и истории, старшеклассницы-погодки с внешностью топ-моделей, очаровательными манерами домовитых воспитанных деревенских девочек и совершенно непередаваемой здешней фонетикой, в которой интонация даже короткой повествовательной фразы по-вьетнамски поется-прыгает, а к концу обязательно повышается* (Россия; 31.01.2002).

В данном контексте обращается внимание на сложную просодическую организацию вьетнамской речи, которая различается мелодическими конфигурациями в определенных зонах интонационного контура. Наличие «шести тонов (ровного, восходящего, нисходящего, прерывистого, вопросительного и тяжелого)» во вьетнамском языке [Мишукова 2010: 36] для говорящего по-русски осознается как быстрая голосовая динамика, а смена интонации и темпа напоминает исполнение какого-то музыкального произведения.

(6) *Изящная, как фарфоровая статуэтка, девушка (на которой я проверил свое знание вьетнамского языка, сказав: «Ксин чао!» – это по-вьетнамски «здравствуйте», мне Нгуен рассказал) улыбнулась испуганно и «мякнула» что-то в ответ* (Воронежский Курьер; 09.02.2008).

Корреляция акустической характеристики ономатопа *мякнуть* с вьетнамским приветствием опирается на фоносемантическое сходство типичной для кошки фонации *мяу* и структурной части приветствия *чао*. Вьетнамский язык в отличие от русского языка богат на дифтонги и трифтонги, поэтому фонетическое «соседство» двух гласных звуков во вьетнамском языке создает представление об имитации звуков, напоминающих кошачье *мяу*.

Автор может оформлять вьетнамскую речь в «русском переводе»:

(8) *Можно было слышать, как девочка шептала по-вьетнамски: «Нет, нет»* (Известия; 28.08.2009);

(9) *На выходе из здания суда Стивен сказал им по-вьетнамски: «Я убью вас»* (Новости Петербурга; 06.06.2006).

Довольно редко в анализируемом материале отмечены случаи, когда речевая ситуация говорения по-вьетнамски сопровождается метаязыковым введением в русский текст вьетнамский речи, которая оформлена в виде транслитерации или (редко) вьетнамской графикой (латиницей). Например:

(10) *Если не забыли, то по-вьетнамски говорят: «Тяу, дом ти» – здравствуй, товарищ!* (Красная звезда; 06.02.2001);

(11) *По-вьетнамски слово «ан кым» – «есть» в смысле обе-  
дать, ужинать и завтракать – всегда употребляется с дополнением  
«рис»* (Вокруг света; 15.05.1987);

(12) *Если еще в начале 1980-х годов СССР («льен со» по-  
вьетнамски) составлял для Вьетнама едва ли не весь внешний мир  
(по крайней мере, весь дружественный внешний мир), то теперь  
Вьетнам открыл для себя и другие страны и активно осваивает но-  
вые рынки* (Коммерсантъ-Власть; 03.09.2007);

(13) *«Бао» – по-вьетнамски значит «тайфун»* (Независимая Газета; 22.07.2011);

(14) *Через 30 лет после победы над Америкой и 20 после начала  
реформ (по-вьетнамски, *đổi mới*, «обновление»), страна по темпам  
роста ВВП опережает всех соседей, кроме Китая, а по темпам рос-  
та экспорт* (SmartMoney; 04.12.2006).

Попутно отметим: несмотря на то, что вьетнамцы в своей графике отошли от иероглифической системы, в целях сохранения языка и защиты вьетнамской культуры современная передача гласных латиницей сопровождается «диакритическими знаками для адекватной передачи звуков вьетнамского языка» вверху и внизу буквы [Мишукова 2010: 37].

Иные смыслы появляются в сочетаниях наречия *по-вьетнамски* с глаголами действия и состояния. Здесь качественно-обстоятельное наречие *по-вьетнамски* реализует значение «так, как характерно для вьетнамцев или для Вьетнама». В сочетании с наречием *по-вьетнамски* глаголы выявляют культурно-этническое своеобразие вьетнамцев, которое проявляется в их материальной культуре либо в особенностях нравов и обычаев. Для трансляции этнокультурной информации используются глаголы *жить* (глагол бытия) [Лексико-семантические группы русских глаголов 1988: 65], *одевать* (глагол одевания) [там же: 28], *драться* (глагол нанесения удара) [там же: 29], *торговаться* (глагол согласованных действий) [там же: 93]. Рассмотрим данные контексты.

(15) Но ставшие россиянами вьетнамцы традиции своего народа не забывают и дома **живут по-своему, по-вьетнамски** (Ульяновск сегодня; 11.08.2006).

Данный контекст, с одной стороны, подчеркивает, что вьетнамцы, независимо от того, где они живут – на родине или за ее пределами, не забывают о своих корнях, народные традиции крепко коренятся в сознании каждого человека, с другой стороны, эти обычаи так своеобразны, что газетные тексты, посвященные культуре Вьетнама, носят развернутый характер:

(16) *Ребята, одетые по-вьетнамски в национальные костюмы (темно-синий халат до полу, повязка а-ля ниндзя на голове и веер в руках,) в ответ на вопрос: «Как называется ваш наряд?» улыбнулись очаровательно и ответили по-русски: «Понятия не имеем» <...>. К 16 часам приготовления были окончены, и начался праздник. В качестве угощения на вьетнамском новогоднем столе обязательно должны быть светлые абрикосы, бананы, апельсины, мандарины, помело – рассказали ребята. – А главное блюдо – банчин (это клееный рис со свиной, фасолью, пряностями и травами). Миниатюрные улыбчивые девушки тем временем готовили этот самый банчин: доставали из пакетов брикеты зеленоватого риса, завернутые в пальмовые листья (это они у себя в общежитиях сделали), разворачивали, травяными жгутами резали их на куски и раскладывали по тарелкам. – Вообще-то положено еще ставить на стол нашу **рисовую водку, повырис**, – смущенно улыбнулся Нгуен, – но ее в Воронеже не достанешь (Воронежский Курьер; 09.02.2008).*

Следующее словосочетание *драться по-вьетнамски* употреблено в контексте, информирующем о проведении чемпионата города Ростова по одному из видов единоборств **вовинам вьет во дао** – так называется одна из вьетнамских школ боевых искусств, техника ведения поединка, которой базируется на приемах традиционной народной вьетнамской борьбы:

(17) *Ростовчане по-вьетнамски умеют драться лучшие всех (Вечерний Ростов; 23.10.2009).*

Особенностью восточного менталитета является особое умение торговаться, особенно с иностранцами:

(18) *Но может ли Запад понять Восток? Слишком уж разный у нас менталитет. Люди и их жизнь – здесь всё иначе.<...> Вот в центре Ханоя и в прочих туристических местах цены будут всегда завышены в три, а то и в пять раз. Первое, чему тут надо научиться-*

ся, это **торговаться, и лучше всего по-вьетнамски**. Для местных торговцев белый человек – олицетворение кошелька, набитого долларами. И их задача – выпотрошить этот кошелек. Торговаться приходится каждый день и со всеми. Начиналось это сразу, как только я выходила из ворот нашего общежития. Вся улица, казалось, знала, кто я такая. Тут же откуда ни возьмись с криком «Ко зао, мотобайк!» (ко зао – означает учительница, к слову, очень уважаемая во Вьетнаме профессия) подруливает мотоциклист, готовый отвезти в любую точку города. Но с ним надо заранее договориться о цене. Иначе в конце вас может ждать скандал на улице либо придется заплатить три цены (Владивосток; 07.03.2003).

В анализируемом материале отмечено большое количество примеров сочетания *по-вьетнамски* с абстрактными именами существительными (любовь, воспитание, семья, свадьба, красота, здоровье). Как указывалось выше, в этих сочетаниях наречие *по-вьетнамски* выполняет синтаксическую функцию определения и в контексте проявляет дополнительные смыслы.

Рассмотрим данные контексты.

(19) *Вьетнамская пара борется за звание самой творческой молодой семьи Воронежа в городском конкурсе «Рай в шалаше». Корреспонденты «Мое» расспросили их о том, чем **любовь по-вьетнамски** отличается от любви по-русски (Мое (Воронеж); 15.11.2011).*

Текст статьи включает развернутую этнокультурную информацию, раскрывающую особенности семейных отношений во Вьетнаме. Прежде всего, авторы знакомят с 25-летней Нгок и 24-летним Ваном, которые живут в Воронеже уже 7 лет и учатся на 2-м курсе магистратуры в университете. На родине влюбленные официально зарегистрировали отношения. Однако на руке Нгок нет обручального кольца: – *У нас по-настоящему мужем и женой становятся только после пышной свадьбы и только после нее надевают кольца, – объясняет девушка на отличном русском. – Дело это дорогостоящее. Ее празднуют два дня: первый день – с родственниками и друзьями жены, а второй – с близкими мужа. И тех, и других набирается по 500–600 человек. Во вьетнамской семье сохраняется традиционный патриархальный уклад: Мужья работают, а детьми и хозяйством занимаются женщины. – У нас так принято, – пожимает плечами Нгок. – Я никогда не попрошу мужа мне помогать – если кто-то это увидит, над ним станут смеяться! Зато наши женщины лучше русских*



умеют терпеть. Если ты попытаешься сгладить ссору, потом муж сам извинится. Поэтому во Вьетнаме разводятся гораздо реже, чем в России. Для мужчины-вьетнамца характерен сдержанный тип отношений с женщиной: Муж почти никогда не говорит, что любит меня. Да мне бы и не нравилось, если бы он лез ко мне постоянно. Государственная политика в области семейных отношений носит регулирующий характер: Я бы хотела четверых, – вздыхает наша собеседница. – Но у нас в стране можно только двоих. Если рождаешь третьего – тебя наказывают. Например, не возьмут на государственную работу. А я собираюсь преподавать в ханойском строительном университете.

(20) В Пензе семья Ле живет шесть лет. Всё это время учителя Димы и Максима пытаются разгадать секрет **воспитания по-вьетнамски** (Молодой ленинец (Пенза); 19.07.2011).

Текст статьи раскрывает специфику воспитания детей во вьетнамской семье, которое опирается на крепость традиций, сформулированных в ряде древних заповедей: *Первая – во всем мире не найдешь другого такого человека, как мама. Вторая – забота о семье лежит на папиных плечах. Третья – мамина любовь настолько велика, что с ней не может сравниться даже вся вода на земле. И последняя – труд отца настолько велик, что его не сможет перекрыть даже небо.* Соблюдение заповедей позволяет сохранить семью и правильно воспитывать детей: *Наши дети ведь как пули, – заботливый отец переводит свои наработки в воспитании сыновей в яркое сравнение, – родители задают им направление, прицеливаясь своим ружьем. А школа и общество – это как встречный или попутный ветер, который либо тормозит, либо ускоряет движение к цели*

(21) **Красота и здоровье по-вьетнамски:** лечимся пиявками и иглоукалыванием (Вечерняя Москва; 22.09.2015).

Вьетнамцы предпочитают обращаться к традиционной народной медицине чаще, чем к медицине современной, по нескольким причинам: во-первых, она дешевле; во-вторых, безопасна и не вредит здоровью, хотя не приносит такого быстрого эффекта, как современная медицина.

Следующей популярной темой в рамках знакомства с вьетнамской культурой в русскоязычных СМИ является кулинарная тема. В кулинарной сфере наречие *по-вьетнамски* сочетается с конкретными названиями блюд, напитков и продуктов. По нашим материалам, отмечены следующие номинации: *капуста, морковь, ананас, курица,*



рыбка, королевские креветки, морепродукты, лягушки, кобра, салат, лапша, фо, плов, блинчик, суп из угря, рис с рыбой, картофельные чипсы с креветками, чай, кофе, молоко и др. Например:

(22) Также рекомендуется попробовать **королевские креветки по-вьетнамски с овощами** в азиатском стиле в креветочном соусе (Коммерсантъ-Приложение; 06.04.2012).

Экзотическая кухня Юго-Восточной Азии всегда привлекает внимание читателей, поскольку сильно отличается от привычной русской или европейской кухни, поэтому мы встречаем подробное описание редких и необычных деликатесов:

(23) Ну и вершина творчества – **лапки лягушки в листьях лилии по-вьетнамски**. Крепко стянутые свертки подают в бамбуковой шкатулке для димсамов – это всегда помогает готовить на пару и поддерживать нужную температуру во время подачи. Внутри каждого сверточка – пара лягушачьих косточек, обтянутых диетическим мясом. Кусать листья лилии не надо, они слишком жесткие. Надо аккуратно развязать стебелек лука, развернуть лист и обглодать лапку несчастной лягушки (Афиша; 18.05.2007);

(24) В отличие от крупных западноевропейских и американских городов в Москве пока нет ярко выраженных национальных кварталов выходцев из Азии или Африки. Однако почти на каждом вьетнамском рынке есть небольшая закусочная, где можно отведать **блинчики с моллюсками и лягушат по-вьетнамски** (Коммерсантъ-Деньги; 27.06.2001);

(25) Положив на язык **сердце кобры** и почувствовав его биение, я смело запил его **стаканчиком «Кровавой Мэри» по-вьетнамски** (Большой Бизнес; 18.01.2007);

(26) Вьетнамцы с удовольствием пригласят вас в традиционный ресторан, где угостят национальными блюдами – **салатом с цветами банана или знаменитыми немами** (рисовыми блинами, фаршированными всякой всячиной). А потом на столе появляется экзотическое угощение. **Ананасы с солью и перцем** (Владивосток; 07.03.2003).

Рядом с кулинарной экзотикой ценным представляется описание типичных для Вьетнама блюд, имеющих к тому же свои вьетнамские номинации. Покажем контекст, в котором называется популярная вьетнамская еда:

(27) Традиционные вьетнамские **блинчики-роллы «той куон» и суп-лапша** из рисовой муки **«фо»** вошли в список самых вкусных блюд

мира... Вьетнамские блинчиол-роллы – это своего рода фаст-фуд, который происходит из южной части страны, объясняют составители списка. А суп из рисовой лапши «фо», традиционный рецепт которого появился на севере, – необычайно вкусное блюдо, символизирующее вьетнамскую кулинарную культуру, потому что встретить «фо» можно в любой стране мира, где живут выходцы из Вьетнама (Вечерний Ростов; 04.08.2011).

Еще один контекст о типично вьетнамском обеде :

(28) **Вьетнамский обед** выглядит так: суп из крабов и черных шампиньонов, рисовая лапша с пророщенной фасолью, мясом и бамбуком. Это только на первый взгляд кажется, что наша еда похожа на китайскую. У нас все специи другие и не так всё остро (Орловский Меридиан; 17.04.2002).

Особую группу составляют контексты, которые связаны с современной экономической и политической ситуацией и отражают место Вьетнама на международной арене и отношение к нему других государств.

В качестве прецедентных используются словосочетания *оккупация по-вьетнамски*, *уход американцев «по-вьетнамски»*, напоминающие читателю об одном из крупнейших военных конфликтов второй половины XX века: о полномасштабном участии США в войне во Вьетнаме (1965–1973 гг.), о способности небольшой страны выстоять под натиском могучего агрессора в справедливой войне за независимость. «Анализ вмешательства США во вьетнамский конфликт позволяет выявить аналогии в ситуациях, сложившихся в начале XXI в. в отношениях США к странам “третьего мира”» [Шарова 2014: 521]:

(29) Если американская **оккупация Ирака завершится по-вьетнамски**, регион превратится в общемировую пороховую бочку, а не в «образцовую демократию», что постоянно обещал Буш. Передача суверенитета иракцам в разгар растущего сопротивления ввергнет Ирак в гражданскую войну, которая притянет многие тысячи исламских фанатиков со всего мира (Время новостей; 17.11.2003);

(30) Действительно, в случае **ухода американцев «по-вьетнамски»**, варианта наиболее вероятного, суннитский треугольник Ирака, превратившийся в тренировочный лагерь «Аль-Каиды», легко затопит соседние арабские государства потоком своих террористов (Политический журнал; 30.01.2006);

(31) *Война в Ираке-2003 пошла по вьетнамско-афганскому сценарию. И американские войска, вмешавшись во внутренние проблемы ближневосточной страны, оказались заложниками собственной тактики* (Деловые люди (Москва); 16.02.2004).

Не редки контексты, в которых сочетание наречия *по-вьетнамски* с существительными раскрывает особенности общественных отношений внутри страны, противоречащие основам демократического устройства:

(32) *Свобода слова по-вьетнамски: Пресса и СМИ во Вьетнаме контролируются соответствующими партийными органами* (Российская газета; 14.02.2003);

(33) *Интернет по-вьетнамски: По решению вьетнамского правительства вся информация, поступающая в страну по Internet, должна подвергаться цензуре. Также будет контролироваться доступ к ней пользователей* (Экономическая Неделя; 04.04.1997).

В то же время в стране формируется верная рыночная политика, позволяющая Вьетнаму с выгодой для страны встраиваться в мировую экономическую систему:

(34) *Кофейный шантаж по-вьетнамски: Несмотря на ожидаемый в этом году рекордный урожай кофе сорта Robusta во Вьетнаме, цены на него идут вверх. С начала года стоимость одного фунта Robusta выросла на 10% из-за нежелания вьетнамских фермеров продавать урожай задешево, а также роста спроса на этот сорт в развивающихся странах и Европе. Многие эксперты полагают, что вьетнамские фермеры заняли верную позицию: с учетом высокого уровня инфляции в стране, который в этом году прогнозируется на уровне 12%, им лучше подольше придерживаться ценные зерна, чем по-быстрому получить наличность. Тем более что спрос на Robusta растет, особенно в развивающихся странах и Европе* (РБК-daily; 05.05.2012)

Складываются международные конфессиональные отношения с учетом политического устройства страны:

(35) *Спешно командированный в Пекин ближайший сподвижник Папы Римского кардинал Роже Эчегарай пробовал толковать, что сам статус католической церкви – Вселенской, универсальной – предполагает обязательную солидарность всех католиков мира и их беспрекословное послушание Ватикану. Предлагал «компромисс по-вьетнамски» – для католической церкви Вьетнама иерархов назначает папский Рим, а правительство этой страны сохранило за собой право вето на его решения* (Российская газета; 25.10.2000).

Подведем итоги нашим наблюдениям. В условиях информационной эпохи современные СМИ, являясь основным источником знаний, выполняют ценностно-ориентированную миссию – выстраивают межкультурный диалог между разными этносами. Плодотворная концепция М. М. Бахтина «диалога культур» [Бахтин 1990], утверждающая, что самобытность одной культуры по отношению к другой не является препятствием для их общения и взаимного познания, становится всё более убедительной. В языке существует целый арсенал языковых средств, которые помогают познакомиться с культурой другого народа. Одним из таких языковых феноменов являются качественно-обстоятельственные наречия. Анализ словосочетаний с наречием *по-вьетнамски* позволил получить культурную информацию о Вьетнаме и вьетнамцах: об особенностях их языка, национальных традициях, материальной культуре, образе жизни, национальном менталитете, истории. Интерес к культуре, неродственной русской, реализуется в текстах, детально описывающих нравы и обычаи далекой юго-восточной страны. Развитие российско-вьетнамских отношений – торгово-экономических, туристических, образовательно-информационных – дополняется культурно-просветительской деятельностью СМИ, которая также формирует реальную межкультурную коммуникацию.

## СЛОВАРИ

*Ефремова Т. Ф.* Современный толковый словарь русского языка: в 3-х т. Т. 2. М.: АСТ: Астрель, 2006.

Лексико-семантические группы русских глаголов: Учеб. слов.-справ. / Под общ. ред. Т. В. Матвеевой. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1988.

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2008.

## ЛИТЕРАТУРА

*Бахтин М. М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. 2-е изд. М.: Художественная литература. 1990.

*Вепрева И. Т.* Наречия *по-русски* и *по-славянски* как маркеры национально-культурной идентичности носителей русского языка // Со-

циология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость (Екатеринбург, 19–21 октября 2016 г.) [Электронный ресурс] Материалы V Всероссийского социологического конгресса / Отв. ред. В.А. Мансуров. М.: Российское общество социологов, 2016а. С. 8862–8869.

*Вепрева И. Т.* Наречие *по-русски* как маркер стереотипной репрезентации России // Речевое воздействие в политическом дискурсе: материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 1–3 дек. 2016 г.) / Гл. ред. А. П. Чудинов; ФГБОУ ВО «Урал. гос. пед. ун-т». Екатеринбург, 2016б. С. 17–20.

*Виноградов В. В.* Русский язык (Грамматическое учение о слове). Изд. 2-е. М.: Высшая школа. 1972.

*Земская Е. А.* Современный русский язык. Словообразование. Учеб. пособие. М.: Просвещение, 1973.

*Мишукова Д.* Вьетнам: Путешествие в страну драконов и фей. Ханой: Изд-во культуры и информации, 2010.

*Нгуен Тхи Ле.* Фонетическая система в русском и вьетнамском языках (опыт сопоставительного описания) // VI Всероссийская научно-практическая конференция «Научная инициатива иностранных студентов и аспирантов российских вузов» 24–26 апреля 2013 г. Сб. докладов. Т. 2. Томск: Изд-во Томск. политехн. ун-та, 2013. С. 282–285.

*Новоженова З. Л.* Что и как у русских по-польски // Проблемы речевой коммуникации. Саратов: Изд-во Саратовск. ун-та, 2014. Вып. 14. С. 134–145.

*Русская грамматика* : в 2-х т. Т. 1. М.: Наука, 1980.

*Шарова Н. А.* Цели и задачи ввязывания США в войну во Вьетнаме 1965–1968 гг. // Молодой ученый. 2014. № 20. С. 521–524.

**Цзя Пэнлин**  
аспирант УрФУ

## **ФОРМУЛЫ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В ДИАЛОГАХ ГЕРОЕВ ФИЛЬМА «ПИТЕР FM»**

Проблемам речевого этикета посвящена обширная лингвистическая литература. Н. И. Формановская отмечает: «Под речевым этикетом понимаются регулирующие правила речевого поведения, сис-

тема национально специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности» [Формановская 1987: 9]. В данном определении существенным является системно-функциональный подход к объекту: этикет трактуется как особым образом организованная нормативная система формульных единиц; основной признается контактообразующая, фатическая функция [Винокур 1993: 5]. Важной является культурно-специфическая характеристика русского речевого этикета. Выбор этикетных формул способствует реализации этической уместности речевого коммуникативного взаимодействия: «В каждой речевой ситуации, требующей применения речевого этикета, мы можем выбрать наиболее уместное, приемлемое выражение из того множества форм, которым обеспечил нас язык» [Формановская 2005: 117]. Вектор отбора этикетных слов и выражений в значительной мере определяется языковым паспортом говорящего.

«Языковой паспорт человека – это та информация, которую человек произвольно передает о себе, когда он говорит» [Попова, Стернин 2004: 23]. Языковой паспорт включает информацию о поле, возрасте, месте рождения, этническом происхождении, а также эмоциональном и физическом состоянии в момент речи. Языковой паспорт говорящего ярко проявляется в звуковом оформлении его речи, ее интонационном своеобразии. «Региональные особенности произношения дают представление о том, где человек родился или где прошла большая часть его жизни» [Там же: 23].

В данной статье анализируются разговорные диалоги, извлеченные из сценария фильма «Питер FM». Авторы сценария – Оксана Бычкова, Нана Гринштейн; режиссер – Оксана Бычкова [Электронный ресурс: <http://vvord.ru/tekst-filma/Piter-FM/>]. Героями фильма являются молодые люди, живущие в Санкт-Петербурге, имеющие высшее образование: Маша и ее подруга Лера – журналистки, радиоведущие; Максим и его друзья – архитекторы. Остановимся на характеристике типов этикетных формул в диалогах и полилогах.

### **Формулы обращения:**

В русском языке формулы обращения являются вариативными. Это в значительной степени зависит от наличия вариантов собственного имени. Проследим возможности варьирования женского имени *Мария* в функции обращения.

Лера (Л.) *Здорово, Машенция* (шутливо-разговорная форма полного имени *Мария*).

Маша (М.) *Здорово*.

Подруги Лера и Маша приветствуют друг друга. В подобных случаях выбор разговорно-сниженных формул обращения и приветствия соответствует избранной тональности дружеского расположения. Важно, что возраст девушек позволяет им общаться без соблюдения формальностей. Коммуникативные позиции подруг демонстрируют равенство в разных ситуациях. Ср.:

Л. *Ой, Машика. А чо опоздала?*

М. *Да свадьба эта...*

Радиоведущая Маша опоздала на работу. Лера спрашивает о причине. *Машика* – уменьшительная форма полного имени *Мария*. Междометие выражает удивление и тревогу. При этом разговор сохраняет непринужденную тональность. Кроме того, эмоциональная интонация инициальной реплики располагает к открытости.

Еще один пример:

М. *Слушай, Лерыч* (нестандартная уменьшительная форма имени *Валерия*)... *ты можешь часок на эфире посидеть?*

Л. У-у.

М. *Нам с Костиком надо кольца купить*.

Л. *Я умираю*.

Маша обращается к подруге с просьбой поработать вместо нее некоторое время, так как ей надо купить обручальные кольца. Здесь реализуется вариант мужского имени, но не в позиции обращения, а в позиции объекта. *Костик* – уменьшительно-ласкательная форма имени *Константин*.

Охарактеризуем коммуникативные контакты Маши с молодыми людьми. Здесь значимость приобретают половые различия и ролевые позиции, включенные в ситуацию.

Костя (К.) *Я надеюсь, ты его (телефон) тоже потеряешь?*

М. *Конечно*.

К. Угу, *Маша-растеряша*.

Маша потеряла телефон, ее жених Костя, иронизируя, употребляет разговорное обращение: *Маша* – уменьшительная форма имени

*Мария*. Функция обращения соединяется с функцией характеризующего предиката. Шутливая дразнилка *Маша-растеряша* обычно употребляется в детской речи.

Следующий диалог Маши с Костей наполнен тревожными интонациями: девушка ощущает нежелание жениха включиться в психологически важную для нее беседу:

М. *А помнишь, в первом классе у тебя тоже был серый костюм? Я ж тебя знаю почти всю жизнь. Ужас.*

К. *В каком смысле? Марусь, Маруся. Давай спать. Завтра родители просили заехать, у них какое-то дело там, твоих родителей подключили. Еще эти лимузины. Ой, дел, дел... утро вечера мудренее.*

Маша хочет поговорить с Костей по душам, но Костя думает только о подготовке к свадьбе. *Марусь / Маруся* – уменьшительные формы имени *Мария*. Обращения по имени сигнализируют желание Константина не разрушать сложившиеся отношения. Ср.:

М. **Костя** (распространенная уменьшительная форма от полного имени *Константин*)!

К. *Щас, Машуль* (еще одна уменьшительно-ласкательная форма от полного имени).

М. **Кость** (усеченная форма полного имени *Константин*), мне надо идти.

К. *Щас пойдем.*

Следующий диалог:

К. *Чего? Ну что за шутки? Свадьбы не будет. Я не понял, что значит – свадьбы не будет?*

М. *Я не могу. Костя. Ну, пойми меня, пожалуйста. Костенька* (уменьшительно-ласкательная форма полного имени *Константин*), *ты очень хороший. Костя, ты самый близкий человек, который у меня есть. Ну, пойми, пожалуйста. Костя, это не глупость.*

Повтор и вариация уменьшительных форм имени усиливают эмоциональную составляющую общения.

Ситуативное развитие приобретает знакомство Маши с Максимом.

М. *Скажите, а мой телефон в хороших руках?*

Максим (Макс.) *Да, Маши* (усеченная форма уменьшительного имени *Маша*), *вам повезло.*



Молодой человек выбирает форму *вы*-отношения к незнакомой девушке.

Маша потеряла телефон. Пропажу нашел Максим, который беседует с ней по телефону как с ровесницей.

М. *А как вас зовут?*

Макс. **Максим**. *А как вам вернуть телефон?*

Маша и Максим разговаривают по телефону. Формула отношения и реакция на нее позволяют регулировать дальнейшее коммуникативное взаимодействие, свободно использовать имя, собственное в роли обращения.

Максим разговаривает одновременно с Мариной и Машей.

Макс. *Алло, да, **Марин** (усеченная форма полного имени *Марина*), я звонил. Извините (эта этикетная формула обращение к Маше). Да, я по поводу ... что б ты вещи забрала. Да, ну ... когда тебе удобно. Давай сегодня. Давай. Во сколько? В десять. Хо... щас.*

Приведем пример разговора друзей:

Витя (В.) **Макс**, ты слышишь?

Макс. *Ну, вы, отцы, даете. Спасибо.*

Внимания заслуживает шутливо-ироническое обращение *отцы*, способствующее выражению крайнего удивления и восторга. Лишенная официоза благодарность за любимую песню, которая по просьбе друзей была исполнена для Максима по радио, сближает коммуникантов, открывает перспективы дальнейшего неформального общения.

#### **Формулы приветствия:**

Л. **Здорово**, Машенция.

М. **Здорово**.

Подруги Маша и Лера приветствуют друг друга. *Здорово (междом. прост.)* – «форма приветствия при встрече с приятелями, знакомыми, к которым говорящий обычно обращается на "ты"» [Балакай 2001: 183]. Ср.:

М. **Привет**.

К. **Привет**.

Маша и ее жених Костя встречаются на улице и приветствуют друг друга. *Привет (разг.)* – «форма дружеского приветствия при

встрече с приятелями, близкими знакомыми, родственниками, равными или младшими по возрасту, положению. Употр. самостоятельно или с обращением (получила распространение в советский период преимущ. в молодежной среде)» [Балакай 2001: 403]. Именно эта разговорная этикетная форма преобладает в тексте сценария.

М. *Здравствуйте.*

Макс. *Здравствуйте.*

Маша и Максим впервые разговаривают по телефону. Именно поэтому реализуется нейтральная, наиболее употребительная форма приветствия в сочетании с *вы*-отношением. *Здравствуй/те* – «самая употребительная форма приветствия при встрече, знакомстве, обращении по телефону, в письме» [Балакай 2001: 190]. Ср.:

Татьяна Петровна *Здравствуй.*

Макс. *Здравствуйте, Татьяна Петровна.*

В данном случае играет роль возрастной фактор. Татьяна Петровна употребляет форму *ты*-отношения. Максим – форму *вы*-отношения и вежливое обращение по имени и отчеству. Нейтральное обращение может произноситься небрежно. В этом случае оно приобретает сниженный характер, хотя и не препятствует контактному взаимодействию. Ср.: Максим, Татьяна Петровна (работница домоуправления), и управдом Виктор Тихонович приветствуют друг друга.

Макс. *Здравствуйте.*

Татьяна Петровна *Здравствуйте.*

Виктор Тихонович *Здрасьте.*

*Здрасьте (здрассте)* – «форма беглого произношения приветствия в обиходно-разговорной речи и просторечии» [Балакай 2001: 191].

### Формулы прощания:

В диалоге Маши и Максима формулы прощания варьируются:

М. *Ну что, до завтра?*

Макс. *Да, и а... Пока.*

Макс. *Шучу. Да, могу подождать, щас. Извините.*

М. *Алло, да. Ну, я в красной куртке, невысокая. Да, хорошо, до встречи.*

Маша и Максим беседуют по телефону. *До + (сущ. Род. пад. со знач. времени, события)* – «Типизированная модель формул проща-

ния с намерением, пожеланием встретиться вновь (иногда с указанием времени и места встречи). Может употребл. в составе усложненных форм прощания в сочет. со словами прощай/те, пока и др. При офиц. или повышенно вежл. прощании употр. в сочет. с обращением» [Балакай 2001: 138]. Контактные формы извинения, согласия, уступки программируют будущую неформальную встречу молодых людей.

Молодые люди разного пола вне рабочей обстановки не забывают прощаться друг с другом, поддерживая дружеский контакт и его продолжение:

Л. *Ладно, пока.*

К. *Давай.*

Рабочий день завершен. Лера и Костя прощаются. *Давай (прост.)* – «форма дружеск. или фамильярн. прощания» [Балакай 2001: 125], содержащая также имплицитное пожелание чего-л. приятного.

В тексте сценария употребляются преимущественно разговорно-сниженные этикетные формулы.

Санек. *Ты просто чумовая. У тебя программа супер. Скажи, солнышко, а как ты выглядишь? Ну, там, цвет глаз, размер...*

М. О, Санечка, спасибо тебе за прямоту, *пока*, звони еще.

Радиоведущая Маша в прямом эфире прощается с радиослушателем: *Пока* – «форма дружеск. или фамильярн. прощания» [Балакай 2001: 369]. Современные радиоканалы используют интерактивные средства контакта: беседа радиоведущего и слушателя в данном случае – пример непринужденного общения "на равных". Маша намеренно употребляет уменьшительно-ласкательную форму обращения по имени (*Санечка* – полное имя *Александр*); бесцеремонность радиослушателя она оценивает как искренний комплимент. Поддерживая фамильярную тональность, употребляет соответствующую формулу прощания, которая не препятствует дальнейшему общению в тональности, избранной радиослушателем. Подобный выбор этикетных средств позволяет реализовать стратегию формирования и сохранения целевой аудитории. В сценарии стилизуется распространенная в наши дни речевая коммуникативная практика разговорного радио.

**Формулы извинения**, как правило, употребляются в служебной обстановке:

Немецкий архитектор. *Жду вас в четверг.*

Макс. **Извините.**

Немецкий архитектор предлагает Максиму встретиться. В это время звонит телефон. Максим приносит извинение за прерванный разговор. В соответствии с нормами этикета ответной должна быть реплика благодарности и согласия. *Извини / те* – «широко употр. форма вежл. извинения» [Балакай 2001: 200]. Ср.:

Феликс Иванович. *Будешь давать по песне с этого компактa, в конце каждого часа. В подводке будешь рассказывать о группе. Здесь всё написано.*

М. **Извините**, но я не могу поставить "это" в эфир.

Программный директор Феликс Иванович требует изменить содержание передачи и манеру общения; Маша возражает, но ролевая иерархия требует сопроводить собственную точку зрения извинением.

Извинения реализуются в обыденных ситуациях:

К. *Что с тобой, солнышко? Малыш, давай не ссорится из-за всякой ерунды. Ну, ты же знаешь меня, я как всегда. Ты что-то хотела сказать?*

М. **Прости**, это просто нервы.

*Прости / те* – «широкоупотр. форма извинения, просьбы о прощении. От синонимичной формы Извини/те отличается большей употребительностью в сфере обиходно-разговорной речи и просторечия» [Балакай 2001: 423]. В реплике Кости извинение выражено имплицитно: ласковые обращения *солнышко*, *Малыш*, а также ситуативно мотивированное признание *я как всегда* позволяют Маше понять, что молодой человек чувствует свою вину. Маша понимает, что не следует обострять отношения и объясняет свое раздражение. Девушка вербализует извинение. Костя также вынужден извиниться:

К. **Прости** меня. *Всё будет хорошо, у нас всё будет хорошо, правда.*

Еще один пример:

Макс. (по телефону) *Да, Маш.*

М. Максим, **извините**, вы, наверное, меня не дождались?

Маша приносит извинение за опоздание. Она прогнозирует причину несостоявшейся встречи.

Еще один пример Марина расстается с Максимом. В момент прощания она чувствует себя неловко:

Макс. *Тебе идти надо?*

Марина (Мар.) *Да, я пойду. Извини. Пока.*

Характерно, что формулы извинения, как правило, не имеют развернутой конкретизации (*извини / те за что именно*). При этом коммуникативная ситуация не всегда способствует пониманию конкретной вины говорящего.

**Формулы пожелания** употребляются в стандартных ситуациях. Например, во время дружеской вечеринки:

В. *За тебя, Макс и за нас.*

Федор (Ф.) *За твое блестящее будущее.*

Витя и Федор адресуют добрые пожелания своему другу Максиму тостом, который имеет формульное выражение (*за кого; за что*): *За + (сущ. или местоим. вин. пад.) (разг.)* – «формула краткого тоста (сокращ. от. ♦ Давай/те выпьем за... ♦ Предлагаю выпить за...)» [Балакай 2001: 175].

### **Комплимент:**

Макс. *Можешь мне описать, как ты выглядишь? Вы ... вы выглядите.*

М. *Ну что, я красотка редкая, шатенка. Стрижка у меня такая – растрепушая, глаза голубовато-серые, зубы золотые. Шучу, ну вот. Хорошо?*

Это разговор Маши и Максима по телефону. Шутливая самопохвала может быть истолкована по-разному, но всё же оставляет надежду на встречу с красивой девушкой. В речевом обиходе молодых людей комплименты, как правило, маскируются. Ср.:

Немецкий архитектор **Блестящий проект**. *Прима. Я в полном восторге. Вы очень талантливы.*

Макс. *Спасибо.*

Немецкий архитектор искренно восторгается талантом Максима. Ответная благодарность соответствует нормам этикета.

Таким образом, в русском языке формулы обращения являются вариативными. Это в значительной степени зависит от наличия вари-

антов собственного имени. Молодые люди предпочитают разговорные формы обращения. В репликах персонажей формулы обращения и приветствия, обращения и прощания органически соединяются. Реализуются два варианта форм извинения без необходимой конкретизации. В целом набор стереотипов речевого этикета поддерживает непринужденную тональность коммуникативного взаимодействия.

## СЛОВАРИ

*Балакай А. Г.* Словарь русского речевого этикета. М.: АСТ-ПРЕСС, 2001.

## ЛИТЕРАТУРА

*Винокур Т. Г.* Информативная и фатическая речь как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. М.: Наука, 1993. С. 5–29

*Попова З. Д., Стернин И. А.* Общее языкознание. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007.

*Стернин И. А.* Основы речевого воздействия. Воронеж: «Истоки», 2012.

*Формановская Н. И.* Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. М.: Русский язык, 1987.

*Формановская Н. И.* Культура общения и речевой этикет. М.: Издательство ИКАР, 2005.

**Чусовитина Е. А.**  
студентка 4 к. УрФУ

## ОПЫТ АНАЛИЗА ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ КАК ФЕНОМЕНА ОБЫДЕННОЙ ЛИНГВОПОЛИТОЛОГИИ

В последнее время в лингвистике начинают выделять такой раздел, как обыденная лингвополитология. Это направление науки, ориентированное на «изучение особенностей обыденного языкового сознания на материале обыденных политических текстов и фрагментов языковой системы» [Голев 2011: 66]. Представляется, что одним из самых показательных источников материала для наблюдения за обы-

денным сознанием является сеть Интернет. Интернет является площадкой для свободного выражения собственного мнения. По мнению Е. В. Кишиной, «протекание политических конфликтов на быденном уровне наиболее ярко проявляется в диалогичных жанрах интернет-коммуникации: разного рода сообществах, чатах, форумах» [Кишина 2014: 35]. Обычно, прочитывая статью на острую социально-политическую тему, комментатор не ограничивается информативным восприятием текста. Он воспринимает его фасциативно: эмоционально переживает текст, осознает его значимость, а значит, ощущает желание выразить свое мнение по поводу прочитанного, поэтому и оставляет критический отклик в виде комментария. Статьи на политические темы собирают обычно наибольшее количество комментариев, демонстрирующих разную степень речевой агрессии.

Интернет-комментарий – своеобразное «вариативно интерпретационное поле» (термин И. В. Савельевой). Процесс комментирования запускается с осознания индивидом событий и их интерпретации на основе ряда мыслительных операций: «внешний мир преломляется через призму субъективного авторского видения» [Савельева 2013: 195]. В комментариях к политическим статьям авторы полемизируют по поводу самых острых политических тем и вопросов, выражают мнения относительно власти, выборов, партий, конкуренции, внутренней и внешней политики, уровня жизни и других актуальных вопросов текущего периода. По словам О. В. Гусевой, «обсуждение острой, злободневной проблемы способно разделить читателей на два враждующих лагеря, причем каждая из противоборствующих сторон желала бы склонить мнение ... на свою сторону» [Гусева 2001: 188]. Возможность оставить комментарий на сетевой странице издания позволяет читателю публично поддержать ту или иную точку зрения. Выражая свое субъективное мнение, комментатор нередко «объясняет причины, по которым он выражает позитивную или негативную оценку чего-либо» [Кормилицына 2001: 70]. Анализ интернет-комментариев, таким образом, может позволить выявить социальные предпочтения активных интернет-пользователей, указать на фрустрирующие точки, которые требуют общественного обсуждения.

Для анализа были взяты интернет-комментарии к статье В. Логинова «Трамп сделал звонок другу», размещенной на новостном портале «Газета.ру» (дата выхода – 28 января 2017 года). Материал был посвящен телефонному звонку нового президента США Дональда Трампа президенту России Владимиру Путину. Российскими и за-

рубежными СМИ это событие анонсировалось как судьбоносное и поворотное в отношениях между Россией и США, однако, как показывает время, таковым не стало. Статья за 4 дня набрала 159 комментариев, типовые из которых будут описаны в опыте анализа (для удобства описания комментарии получают сквозную нумерацию; оригинальная орфография и пунктуация сохранены). В них эксплицируются стереотипные представления о взаимоотношениях наших стран и их лидеров, воспроизводятся концепты обыденного политического сознания.

Большая часть комментариев представляет собой реакцию на содержание исходного текста. Значительная часть из них дает общую критическую оценку описанному событию (Комментарий № 1: *Раз информации о содержании разговора всё еще нет, значит разговор был так себе. Нечем хвалиться.* Комментарий № 2: *Была одна, ни к чему не обязывающая, риторика. От того, какие отношения связывают президентов, никаких улучшений для РФ в целом и российского народа, ждать не приходится.* Комментарий № 3: *мини спектакль состоялся!*). Определения, данные состоявшемуся разговору президентов, показывают, как воспринимают это значимое событие интернет-пользователи: слова *риторика*, *мини-спектакль* приобретают негативно оценочное значение (*риторика* – ‘напыщенная и бессодержательная речь’ [ТСРЯ 2011: 834], *спектакль* – ‘смешное, занятное событие, зрелище’ [ТСРЯ 2011: 926]), устойчивый оборот *так себе* характеризует телефонный разговор как ‘неважный, весьма посредственный’ [ТСРЯ 2011: 968].

Ироническое переосмысление события реализуется через обращение комментаторов к прецедентным культурным знакам (ПКЗ) – хрестоматийным именам, названиям, цитатам из общеизвестных произведений. «В основе механизма воздействия ПКЗ на воспринимающего лежит свойство реинтерпретации, т.е. способности ПКЗ получать новое осмысление в зависимости от контекста» [Пикулева 2003: 147]. Таким образом, введение в комментарий прецедентного знака позволяет реализовать оценочную функцию.

Комментарий № 4: *Пранкер Вован позвонил Трампу.* Пранкер Вован – известный российский телефонный шутник, специализирующийся на розыгрышах знаменитостей из сферы политики, шоу-бизнеса, спорта. Появление этого имени собственного в комментарии к статье о телефонном разговоре Трампа и Путина, очевидно, использовано в функции перифразы, указания на российского президента,



который представлен как обманщик, шутник, на которого нет управы, а состоявшийся телефонный разговор представлен как розыгрыш.

Комментарий № 5: *Подпись к фотографии: "Вашингтонцы пишут письмо российскому султану"*. Данный комментарий представляет собой реакцию на фотографию к статье, на которой запечатлен Трамп и его советники в Овальном кабинете Белого дома в момент телефонного разговора с В. Путиным. Трансформация названия известной картины И. Репина «Запорожцы пишут письмо турецкому султану» скорее всего формальна, обусловлена сходством изображений на фотографии и картине, однако все равно ощущается навешиваемая негативная оценка: определение российского президента как *султана*, т.е. восточного монарха, обладающего неограниченной властью, связано с представлением о своеволии и жестокости.

Комментарий № 6 представляет собой объемную нетрансформированную цитату из пьесы Е. Шварца «Золушка», хорошо знакомую россиянам по одноименному фильму: *Анна. Запиши, мамочка, принц взглянул в мою сторону три раза, улыбнулся один раз, вздохнул один, итого – пять. Марианна. А мне король сказал: "очень рад вас видеть" – один раз, "ха-ха-ха" – один раз и "проходите, проходите, здесь дует" – один раз. Итого – три раза. Марианна. Такой бал! Девять знаков внимания со стороны высочайших особ! Сюжет «Золушки» подсказывает интерпретацию комментария по принципу аналогии: этот звонок Трампа Путину столь же незначителен, как и «знаки внимания» королевских особ к сестрам Золушки.*

Критически оценивают интернет-пользователи отдельные формулировки, которые использует журналист в своем материале. Идеологические установки коммуникантов становятся одним из ключевых факторов, обуславливающих появление негативных комментариев. Так, долговременное политическое противостояние США и СССР (а позднее и России) формирует у рядовых россиян устойчивое представление о враждебной природе отношений наших стран. Поэтому появление в заголовке слова *друг* вызывает отторжение (Комментарий № 7 *Ха-ха... Трамп-друг !!!! Выклянчили минутный разговор с американским миллиардером и теперь понтов во весь рунет*). Стилистически сниженное описание действий российских политиков (*выклянчить, понты*) сигнализирует о несогласии комментатора с определением президентов Америки и России как друзей. Концепт *дружба* не раз изучался учеными. Они отмечают, что дружескими являются отношения, «основанные на хорошем знакомстве и взаимном рас-

положении двух или более людей, предполагающие: а) стремление к неформальному общению и совместному проведению времени; б) усиленную морально-эмоциональную поддержку и содействие в делах» [Арапова, Гайсина 2005: 68–69]. Также важен тот факт, что в сознании носителя языка дружба оценивается как «процесс установления и поддержания отношений очень близких с обязательным личным контактом и вербальным общением» [Там же: 74]. По русским традициям невозможно назвать *другом* человека, которого не знаешь близко, а именно таковы отношения между Путиным и Трампом.

Отметим прагматический потенциал использования данного слова в институциональном дискурсе: в политической коммуникации слово *друг* нередко использовалось главами стран с целью демонстрации особого расположения к коллеге (например, президент России Б.Н. Ельцин называл лидеров США и Германии *друг Билл* и *друг Коль*, президент Турции Эрдоган недавно назвал В. В. Путина *дорогим другом*). Однако в последнее время всё чаще слово *друг* в российском политическом дискурсе используется в противоположном смысле. Словосочетания *наши западные партнеры* или *наши западные друзья* осознаются как иронические номинации политических противников России. Поэтому на фоне данной традиции интернет-пользователи воспринимают заголовок статьи «Трамп сделал звонок другу» скептически. Показателен комментарий № 8: *Совсем недавно этот маленький человечек всех уверял, что Запад – исконный враг России и хочет ее погубить. Оказывается, сам он так не думал. Просто политическая интрига.* Использование слова *враг* (антонима к слову *друг*), усиленного определением *исконный*, показывает нелогичность политической мысли российских политиков, готовых мгновенно менять свои политические убеждения. Фактическая неточность заголовка подтверждается содержанием статьи: после инаугурации Трамп первым делом звонит не в Россию, а в другие страны (Комментарий № 9 *Место России – после Японии и Германии... Обидно!*). Если учесть, что «в обыденном сознании носителя языка слово *дружба*... является своеобразным индикатором истинности / ложности отношений» [Арапова, Гайсина 2005: 68], то очевидна символическая интерпретация комментатором последовательности звонков Трампа: лидеры Японии и Германии важнее для нового президента Америки, чем лидер России.

Некоторые интернет-пользователи идут дальше, комментируя природу взаимоотношений между Трампом и Путиным в опоре на

политические мифы, сформированные СМИ (см, например, комментарий № 10: *агент Трамп вышел на связь*). Агент, по толковому словарю. – ‘человек, который действует в чьих-н. интересах, служит чьим-н. интересам (обычно неявно); тот, кто занимается шпионажем’ [ТСРЯ 2011: 5]). Можно сказать, что в данном комментарии происходит ироническое переосмысление заголовка в духе последней теории заговора: Россия помогла Трампу выиграть президентские выборы, а Д. Трамп – агент Кремля, которому нужно периодически отчитываться перед своим начальством.

Кроме критических замечаний по поводу слова *друг*, использованного в названии статьи, комментаторы высказывают негативные отношение и к формулировкам внутри исходного материала.

Комментарий № 11 содержит большую цитату из статьи и ее интерпретацию: *Также Дональд Трамп попросил передать пожелания счастья и процветания российскому народу, отметив, что народ США с симпатией относится к России и ее гражданам... и всё?? фии! а где помощь тяжело больным детям, которым мы на операции всем миром собираем? пенсионерам с половиной пенсии на ЖКХ (не депутуткам, конечно)? многодетным семьям? инвалидам?* Критическое замечание вызвано «обтекаемыми», «протокольными» формулировками, с помощью которых описывается разговор Трампа и Путина (*передать пожелания счастья и процветания российскому народу*). В своем высказывании комментатор конкретизирует проблемные зоны внутренней общественной жизни России (помощь больным детям, низкие доходы стариков, многодетных семей, инвалидов, продажность представителей власти), иронизируя над возможностью оказания американцами реальной помощи россиянам. Ироничное высказывание опять-таки отсылает к сильной позиции текста – к заголовку и отношениям между двумя президентами. Несмотря на то, что Д. Трамп декларирует, что с симпатией относится к России, дружеские отношения подразумевают «активную позицию по отношению к состоянию друга: оказание добровольной нерегламентированной помощи, когда она необходима для защиты здоровья, жизни, чести, достоинства друга» [Арапова, Гайсина 2005: 75], а подобных предложений от американцев не поступало.

Интересен тот факт, что в значительном числе комментариев отмечается обращение к более актуальным для россиян политическим вопросам, в частности, звонок Трампа Путину становится поводом очередной раз обсудить взаимоотношения России с Украиной.

Например, комментарий № 12: *Позвонил и позвонил. Ничего нового в присутствии пяти человек Трамп не мог сообщить по определению, кроме фраз по усилению координации в борьбе с ИГ. Всё интересное начнется при двусторонних переговорах, с глазу на глаз... P.S. Только Порошенку от дверей отгоните и пусть в замочную скважину не заглядывает...).* Автор говорит о том, что полноценный конструктивный политический диалог возможен лишь без участия третьих лиц. Автор намекает на недостойное поведение украинского лидера, который может как-то повлиять на переговоры. Степень влияния контакта Путина с Трампом на внутренние дела Украины подчеркивается в комментарии № 13: *Трамп кидает Украину под автобус. – Слышишь мишенька как досточки трещат? – То не досточки, то косточки хрустят...* Реинтерпретация прецедентного высказывания (цитаты из сказки С. Я. Маршака «Теремок») показывает, что Украина становится жертвой, разменной монетой в ситуации строительства новой политической системы в мире.

В некоторых случаях интернет-пользователи совсем забывают об исходном тексте, а пишут только об «украинском вопросе» (Комментарий № 14: *На Украине идет Отечественная война против сильного и жестокого врага. Народ сплотился – наконец создана единая украинская нация. Путин сделал Украину врагом России навсегда. Украина потеряна – смиритесь.* Комментарий № 15: *Ну вот и всё. Проект Украина закрыт.* Комментарий № 16: *украина капут*). Большая часть подобных комментариев демонстрирует негативные предсказания дальнейших взаимоотношений между славянскими народами и провоцируют лавину негативных откликов.

Как показывает анализ системы комментариев к выбранной статье, личностные качества субъектов коммуникации (в нашем случае – интернет-пользователей) также могут стать фактором появления конфликта в обыденной политической коммуникации [См. об этом: Плешакова 2015: 186]. Показателен при этом такой полилог комментаторов:

Комментарий № 17. *Смешное название статьи – "Трамп сделал звонок другу!". Это кто придумал?))) где вы ведете друга Трампа? Человек миллиардер из семьи миллионеров с США будет дружить с маленьким невзрачным не высоким кегебешником? Который врет всем на свете и путает соседей??? Смешно*

Комментарий № 17.1. *"где вы ведете ", "миллиардер", "не высоким" – дружок, ты бы сделал бы уроки для начала, а то так и аттестат просмеешься.*

Комментарий № 17.1.1. Частица "бы" дважды в простом предложении не повторяется.

Комментарий № 17.1.2. Так с твоего то аттестата проку то не много.....

Комментарий № 17.1.2.1. Еще один недоросль-двоечник!)) Три(!!!) ошибки в шести словах! Вас в диванную сотню отбирают по принципу соответствия словам Лаврова – "ДБ"?

Приведенные выше комментарии в совокупности представляют собой полилог конфликтного типа. Конфликтная ситуация развивается как реакция на содержание комментария № 17, где пользователь с ником Andreu К критикует название статьи, иронизируя по поводу возможности дружбы между Д. Трампом и В. Путиным. Дальнейшие пользовательские отклики выражают критику знания предыдущими комментаторами орфографии и намекают на их невысокий интеллектуальный уровень. С появлением каждого последующего вопроса агрессивность комментариев-реакций возрастает, конфликт усугубляется, о чем свидетельствует переход на личности (пусть и завуалированно, но узнаваемо звучит оскорбительное слово *дебилы* (ДБ), которое не так давно употребил министр иностранных дел России Сергей Лавров в общении с журналистами). Интересно использование негативно оценочного словосочетания *диванная сотня* (по аналогии с *небесная сотня*), очевидно, свидетельствующего о том, что в интернете формируется целая группа лиц, которые постоянно участвуют в обсуждении политических вопросов, сводя все темы к взаимоотношениям России и Украины. Таким образом, по их мнению, борются за правду, однако прежде всего они продолжают разжигать рознь между славянскими народами.

Опыт лингвополитического анализа интернет-комментариев показывает, что высказывания, оставляемые пользователями к статьям на политическую тематику, являются яркими примерами проявления конфликтного общения между коммуникантами – носителями обыденного политического сознания, причем конфликт может развиваться односторонне или двусторонне, а также может иметь провокационный характер. В процессе конфликтного взаимодействия комментаторы демонстрируют различные модели поведения: реакцию на текст исходной статьи, отклик на другой пользовательский комментарий. Доминирует негативная оценка любого типа политической активности. Появление критических замечаний обусловливается личностными качествами участников, отличными друг от друга ми-

ровоззренческими, политическими и идеологическими позициями и взглядами. Прежде всего «образы политических событий» [Кишина 2012: 692], создаваемые комментаторами, определяются стереотипными, упрощенными представлениями о системе политических взаимоотношений.

#### ИСТОЧНИК

*Логинов В.* Трамп сделал звонок другу [Электронный ресурс] // «Газета. Ру» : сетевое издание. 2017. Режим доступа: [https://www.gazeta.ru/politics/2017/01/28\\_a\\_10498265.shtml#page9](https://www.gazeta.ru/politics/2017/01/28_a_10498265.shtml#page9)

#### СЛОВАРИ

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2011.

#### ЛИТЕРАТУРА

*Арапова О. А., Гайсина Р. М.* Дружба // Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. Волгоград: Парадигма, 2005. Т. 1. С. 58–80.

*Голев Н. Д.* Современная политическая лингвистика. Екатеринбург, 2011.

*Гусева О. В.* Речевые ситуации толерантного типа в полемическом дискурсе современной англоязычной прессы // Лингвокультурологические проблемы толерантности: Тез. докл. Междунар. науч. конф. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. С. 187–189.

*Кишина Е. В.* Лингвоконфликтологический аспект описания обыденной политической коммуникации // Коммуникативные исследования. Кемерово, 2014. № 2. С. 32–39.

*Кишина Е. В.* Интернет-комментарии к политическим текстам как объект описания обыденной лингвополитологии // Czlowiek Swiadomość Komunikacja Internet. Redakcja naukowa Ludmila Szypielewicz. Warszawa, 2012. С. 692–702.

*Кормилицына М. А.* Полифоничность текстов современной прессы как репрезентация категории свое – чужое // Лингвокультурологические проблемы толерантности: Тез. докл. Междунар. науч. конф. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. С. 70–72.

*Пикулева Ю. Б.* Прецедентный культурный знак в современной телевизионной рекламе: лингвокультурологический анализ: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2003.

Плешакова А. О. Конфликтное речевое поведение адресатов обыденной политической коммуникации // Лингвокультурология. Екатеринбург, 2015. № 9. С. 184–190.

Савельева И. В. К вопросу о жанровых признаках Интернет-комментария // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Межвуз. сб. науч. тр. / Отв. ред. А. Г. Пастухов. Орел, 2013. С. 194–202.

Гурьянова А. Н.  
магистрант 2 к. УрФУ

## ГАЗЕТА «КАРПИНСКИЙ РАБОЧИЙ»: В ПОИСКАХ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ЧИТАТЕЛЯМИ

«Муниципальные газетные издания переживают нелегкие времена. Газеты, которые являются привычным источником информации для жителей малых городов... прекращают свое существование; всё чаще печатная форма вытесняется электронной». [Купина 2016: 326]. Это значит, что в эпоху новых информационных технологий и «копирайта» повышается массовый спрос на выразительность в журналистских материалах, а также на взаимодействие газет с читателем. Редакция газеты стремится удержать внимание определенного сегмента читательской аудитории. Сложности возникают при выборе средств и технологий, формирующих обратную связь с аудиторией, находящейся под влиянием Интернета. Газета разрабатывает речевые технологии, активизирующие интерес читателей к печатному изданию: в заголовках статей, в структуре газетного текста употребляют речевые средства адресной направленности, например: *Сегодня в очередной раз мы решили заявить на страницах газеты о Карпинском приюте-передержке «Лапа помощи», который нуждается в вашей, дорогие сограждане, помощи* (Карпинский рабочий 2014, 1 августа). В городах областного подчинения газета стремится приобрести статус полноправного участника общественной жизни.

Объект нашего исследования – муниципальная газета «Карпинский рабочий» (далее «КР»), сохранившая советское название, выделяющее массового адресата – трудящихся Карпинска. Карпинск – город Свердловской области, основанный в 1941 году из поселков Бо-

гословск и Угольный [Матвеев 2000: 132]. Долгое время город славился своими заводами, промышленностью. С 1942 года выпускается «К. рабочий». Газета была основана в годы войны. Впервые вышла в свет как орган печати Карпинского горкома ВКП(б) и горсовета депутатов трудящихся. Главным редактором городской газеты был Н. В. Невальский. «С первых же дней своего существования газета, стала рупором городской общественности, информационным вестником, одновременно прожектором и маяком» [Брулева 2006: 193]. В приведенной цитате отражается стратегия издания: формулируются задачи газеты. Одна из главных – информационная. Оперативная передача актуальной информации – стилеобразующая функция газетно-публицистического стиля [Майданова 1987: 23]. Важной является опора на общественное мнение. Газета призвана не только транслировать настроение, царящее в массах, но и бороться за воплощение потребностей карпинцев, мобилизовать общество на воплощение конструктивных идей и тем самым указывать перспективы развития города. Опорная информационная функция связана с мобилизационной, которая, в свою очередь, предполагает знание жизни горожан, понимание их чаяний и надежд, связанных с общественным развитием.

В 1958 г. при редакции газеты «КР» открылась школа рабочих корреспондентов, просуществовавшая более 25 лет. Работники (в их числе А. Р. Неустроева, С. И. Браунагель, Н. В. Немытова, П. Р. Ширинкин, Ф. П. Якимов и др.) собирали материалы с мест, способствующие погружению в будни: на страницах газеты появлялись статьи о жизни рабочих, деятельности предприятий, болевых проблемах повседневности. Слово «рабкор» в настоящее время используется в значении ‘внештатный корреспондент’ [ТСО Режим доступа: <http://ozhegov.info/slovar/?q=рабкор>], а раньше определялось как рабочий корреспондент. Деятельность школы рабочих корреспондентов способствовала не только проникновению журналистов в актуальные проблемы дня, но и профессиональному росту будущих постоянных сотрудников газеты. Живые впечатления рабочих корреспондентов способствовали организации неформальных связей между редакцией газеты и карпинцами.

Как в 2016, так и в 2017 гг. тираж «КР» составляет 4000 тысячи экземпляров (население города сегодня – около 30 тысяч человек). Каждый выпуск газеты содержит зарисовки, заметки, отчеты о различных конференциях / собраниях, интервью, статьи и комментарии,



письма читателей. Реже встречаются репортажи. Газета публикует фотографии, которые дополняют и конкретизируют материалы. «Литературная страничка», где публиковались стихотворения и очерки читателей, в наши дни, к сожалению, отсутствует. На полосах газеты можно встретить актуальную информацию о жизни городов Свердловской области. Четырехполосная рубрика «Новости из области» способствует формированию коллективной региональной идентичности [Купина 2016]. Отдельные выпуски газеты содержат информационно-развлекательную страничку «Карпиныч». Она включает в частности, полезные номера телефонов (городские службы, поликлиники, больницы, почта, городской дворец культуры и др.); сезонные советы: как уберечься от клеща, как выращивать цветы. Регулярно публикуются рецепты различных блюд. Анекдоты, кроссворды, sudoku составляют собственно развлекательный раздел странички. Читатель получает также сведения о том, как связаться с редакцией, авторами публикаций и т.д.

В текущее время «КР» выходит раз в неделю, по четвергам. Чтобы появиться на прилавках городских магазинов, газета проделывает огромный путь домой из города Березовского, где находится одна из дешевых типографии в области. Учредителями газеты являются Администрация городского округа Карпинск и Управление делами Губернатора Свердловской области и Правительства Свердловской области.

Как же муниципальной газете удастся удержать аудиторию в четыре тысячи человек на протяжении долго времени? Как газета пополняет свой социальный капитал и привлекает к себе новых читателей? Она проводит маркетинговые мероприятия, которые «представляют собой комплекс мер по привлечению клиентов и повышению объемов продаж. Основные виды маркетинговых мероприятий – это реклама, презентации, выставки, акции» [Абрекова: <http://sibac.info/archive/economy/5.docx>].

В конце 2016 – начале 2017 гг., по нашим данным, были проведены определенные акции и мероприятия. На страницах газеты публикуется информация о скидках на подписку: «Лучший НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК – ПОДПИСКА на газету «КАРПИНСКИЙ РАБОЧИЙ» I полугодие 2017 года со скидкой в 30% . В семье должны быть хорошие традиции» (КР 2016, 19–25 декабря). Жителям Карпинска предлагается скидка на подписку. Горожане, желающие сэкономить деньги и при этом оставаться в курсе событий обязательно восполь-

зуются данным предложением. Нестандартной является установка, мобилизующая потенциальных читателей поддерживать семейные традиции чтения газеты. Экспрессивный стандарт «лучший новогодний подарок» поддерживает ценностную установку.

Сотрудники издания разрабатывают специальные проекты. Например, проект «12 акций «Карпинского рабочего» приурочен к 75-летию газеты. Юбилей праздновался в январе 2017 года. Кроме того, ежемесячно коллектив газеты проводит в городе акцию, не имеющую непосредственного отношения к журналистской деятельности. План акций составляется на год. Каждая акция получает общественный резонанс, повышает авторитет газеты как центра, деятельность которого направлена на благо горожан. Так, в январе была организована первая массовая лыжная прогулка, принятая горожанами с энтузиазмом. Было решено сделать такие прогулки традиционными. В феврале состоялось интеллектуальное мероприятие: конкурс на знание истории Свердловской области. Праздничный концерт, приуроченный ко Дню защитника Отечества, организован для военнослужащих войсковой части поселка Кытлым. В данном случае общение журналистов было ориентировано на сегмент читательской аудитории. В марте объявлен, приуроченный к юбилею города конкурс рисунков и сочинений «Мой любимый Карпинск». В апреле запланирована направленная на исполнение патриотического долга встреча с жителями района и сбор пожертвований на установку памятника павшим на полях Великой Отечественной войны. Памятник будет установлен в поселке Сосновка. Журналистские материалы о запланированных и проведенных акциях находят оперативное отражение в регулярных номерах газеты.

«КР» выступает как соорганизатор традиционных городских мероприятий: ежегодно на призы газеты «КР» проводятся шахматный турнир, легкоатлетическая эстафета. Жители города должны знать и слышать о газете, понимать, что у сотрудников редакции, так же, как и у них, активная гражданская позиция. Встречи журналистов с жителями города и поселков сближают редакцию и массового адресата: появляются новые подписчики; несколько экземпляров газеты впервые выписывает войсковая часть. Карпинцы с интересом читают статьи, посвященные их землякам, с гордостью воспринимается публикация фотографий.

Из устной беседы с директором газеты «КР» О. И. Брулевой мы узнали, что в начале 1980-х гг. журналистка С. Царегородцева созда-

ла при редакции юнкоровский центр, объединив в его рядах талантливых школьников. Она учила их писать, излагать свои мысли ясным литературным языком, открывала для них мир журналистики. Она обладала не только журналистским, но и педагогическим талантом. Недаром после своего переезда в Москву Светлана Петровна работала в «Учительской газете».

В 1999 г. вышел в свет первый номер молодежного приложения «Лестница». Регулярные ежемесячные выпуски начались с 2006 года. Именно в это время «в газете был создан пресс-центр, куда вошли учащиеся всех школ города, которые делали свои первые шаги в журналистике. А руководила пресс-центром Н.М. Паэгле – талантливый журналист. Причем Наталья Михайловна не только проводила собрания, но еще и организовывала для юнкоров интересные поездки в музеи, паломнические экспедиции. Также ребята принимали активное участие в городских, окружных и областных исследовательских конкурсах, где нередко становились призерами. О своих интересных исследованиях и поездках юные корреспонденты непременно рассказывали на страницах газеты» [Брулева 2010: 193]. Пресс-центр юных корреспондентов ежемесячно участвует в подготовке молодежного приложения «Лестница».

Неравнодушный к своей работе коллектив газеты «Карпинский рабочий» с осторожностью относится к замечаниям некоторых исследователей о том, что к 2035-му году газеты умрут. Газеты не умрут, если люди не перестанут их читать. Редакция воспитывает у молодежи любовь к чтению газет, а заодно и к их созданию уже более 15 лет. В текущее время с редакцией сотрудничают две группы юношей и девушек, в каждой из которых более 10 человек.

Газета «КР» в 2016 г. получила новый виток развития: стала издаваться газета «Волчанские вести» с собственной молодежной страничкой. В Волчанске, городе районного подчинения Карпинску [Матвеев 2000: 76], под руководством опытных журналистов занимается группа юнкоров из 12 человек. Непосредственный контакт самих журналистов с творческой молодежью, с одной стороны, способствует уточнению представлений сотрудников газеты о специфике молодежной аудитории, ее запросах; с другой стороны, публикации юных корреспондентов привлекают естественное внимание их сверстников. Сегмент молодежной читательской аудитории постепенно расширяется.

Редакция заключает договоры с предприятиями города об информационном сотрудничестве. В газете публикуется ориентированная на специализированную аудиторию информация о работе заводов, организаций, учреждений. Например, полоса, посвященная горнорудной российской компании «Полиметалл», которая занимается добычей серебра, золота и меди [КР 2013, 24 июля].

Продвижение материалов осуществляется через социальные сети – у редакции газеты уже полгода существует аккаунт в Instagrame (@akuly\_pera и @karpinka\_gazeta). Помимо публикации первой полосы корреспонденты газеты выкладывают фотографии, позволяющие составить представления о том, как они трудятся над материалом. Они рассказывают о сотрудниках редакции, выкладывают информацию об акциях, в том числе о скидках на подписку, размещают призывы, связанные с участием горожан в различных мероприятиях. Сотрудники редакции «продвигают» газету через паблик в социальной сети ВКонтакте (<https://vk.com/gazetakr>) и через личные странички.

Формы обратной связи журналистов с читателями, лингвокультурологические технологии, применяемые на курсах юнкоров, отличаются разнообразием. Газета выступает как надежный друг горожан, знающий жизнь карпинцев изнутри.

## ИСТОЧНИКИ

Выпуски газеты «Карпинский рабочий» за 2010–2017 гг.

## СЛОВАРИ

*Матвеев А. К.* Географические названия Свердловской области: Топонимический словарь. Екатеринбург: Урал. лит. агентство, 2000.

*Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ozhegov.info/slovar/?q=рабкор>

## ЛИТЕРАТУРА

*Абрекова Л. М.* Маркетинговые мероприятия // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. V междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5 [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sibac.info/archive/economy/5.docx>

*Брулева О. И.* Долгая дорога из Богословска в Карпинск. Краснотурьинск, 2006.

*Брулева О. И.* История в газете, газета в истории. Карпинск, 2010.

*Купина Н. А.* «Малая пресса» Урала: стилистические приметы и аксиологические предпочтения // Стилистика сегодня и завтра: материалы IV Международной научной конференции. М.: Факультет журналистики МГУ, 2016. С. 326–329.

*Майданова Л. М.* Средства выразительного письма. Красноярск: Изд-во Красноярск. ун-та, 1987.

# **РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ. КОММУНИКАТИВНАЯ ПРАГМАТИКА**

**Айдарова Ы.  
магистрант 2 к. УрФУ**

## **СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В АГИТАЦИОННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале русскоязычных СМИ Кыргызстана)**

В задачи любой политической партии входит создание продуманной предвыборной сценарной программы (платформы), которая помогла бы ей привлечь на свою сторону электорат – часть населения страны. Участие в предвыборной агитации требует от любого политика (претендента на пост депутата) владения набором коммуникативных стратегий: публичного выступления перед аудиторией, ведения полемики, самопрезентации и др., что способствует завоеванию симпатий разных групп избирателей. Стандартный вариант проведения предвыборной кампании предполагает рассказ кандидатов о себе и о способах решения наиболее важных проблем в стране [См.: Бабаева 2003]. В предвыборных программах политические партии декларируют множество целей и задач, которые должны быть осуществлены в будущем, но глобальная цель всегда одна – завоевание власти. Для реализации этой цели кандидаты, претендующие на получение политических должностей, используют разные стратегии и тактики, поскольку у каждой партии разные стартовые возможности и пути достижения цели.

Политический дискурс как разновидность персуазивного (убеждающего) дискурса отмечен манипулятивной спецификой, что выражается в оказании речевого воздействия на адресата с целью внесения в его картину мира когнитивных изменений, которые повлекут за собой регуляцию диспозиций и деятельности адресата в пользу адресанта [Чернявская 2006: 61]. Речевое воздействие осуществляется посредством коммуникативных (речевых) стратегий и тактик. Цель нашей статьи – показать, какие стратегии и тактики используются в предвыборном агитационном дискурсе. Материал исследования – выступления политиков Кыргызстана, борющихся за места в парламенте страны.

Мы отталкиваемся от следующих определений опорных понятий. Коммуникативная (речевая) стратегия – это план, или вектор, речевого поведения, выражающийся в выборе системы продуманных говорящим / пишущим поэтапных речевых действий; линия речевого поведения, принятая на основе осознания коммуникативной ситуации в целом и направленная на достижение конечной коммуникативной цели. Каждая коммуникативная стратегия характеризуется определенным набором речевых тактик. Коммуникативная (речевая) тактика – это конкретный речевой ход в процессе осуществления речевой стратегии, направленный на решение частной коммуникативной задачи конкретного этапа. Конкретная тактика позволяет менять ход общения [См.: Михайлова 2015: 88].

Существуют разные классификации стратегий и тактик, мы взяли за основу классификацию, предложенную О. Л. Михалевой. Данная классификация позволяет наиболее полно и всесторонне рассмотреть основные стратегии, используемые политиками для построения речей и, как следствие, для максимального достижения своей цели – завоевания власти. Выделим три основные стратегии, реализуемые в политическом дискурсе: 1) стратегия на понижение; 2) стратегия на повышение; 3) стратегия театральности [Михалева 2009: 168]. Рассмотрим каждую из вышеназванных коммуникативных стратегий и конкретизирующих ее тактик более подробно.

*Стратегия на понижение* направлена на дискредитацию оппонента, в роли которого выступает политический противник. Она подразумевает использование тактик, эксплицитно или имплицитно выражающих отрицательное отношение к сопернику. Стремление ослабить его позиции или выразить негативное отношение к ситуации в целом, предмету разногласий осуществляется за счет следующих тактик:

*Тактика анализ-«минус»* представляет собой описание ситуации, основанное на негативном к ней отношении. Важную роль играет использование лексических средств, эксплицитно и имплицитно выражающих отношение говорящего к сложившемуся положению дел. Приведем в качестве примера фрагмент предвыборного выступления Айжана Мусуралиева:

*Известный политик Турсунбай Бакир уулу выступает против парламентской республики, так как считает, что вместо одной партии «Ак Жол» придут три партии, которые также узурпируют власть. «Таким образом, вместо одноголового дракона мы получим трехголового дракона»* [<http://easttime.ru/>].

Автор негативно характеризует предполагаемую ситуацию с помощью такого стилистического приема, как метафора. Ее роль заключается в воздействии на сознание аудитории через образ чудовища. Использование метафоры и стилистической градации *одноголовый дракон* → *трехголовый дракон* позволяет ярко описать неблагоприятную политическую ситуацию и ее более чем неблагоприятный исход в случае прихода к власти трех партий. Выбор метафор в политических выступлениях часто определяется той целью, которой политик хочет добиться в своем выступлении или серии выступлений. Как отмечает С. Кара-Мурза, создание метафор – главная задача идеологии [Кара-Мурза 2000: 416]. В связи с этим коммуникативную цель политической метафоры можно сформулировать так: политическая метафора есть речевое воздействие с целью формирования у реципиента (чаще всего у общества) либо положительного, либо отрицательного мнения о той или иной политической единице (партии, программе, мероприятии) [Акопова 2013: 405].

Следующий пример – фрагмент выступления кандидата в депутаты из партии «Ата Мекен» Эрлана Аскарова:

*Уважаемые земляки, идя сюда на встречу, увидели ли вы в нашем городе новые высотные здания, новые больницы, школы, детские сады, развитую инфраструктуру, зеленые насаждения, заводы и фабрики, где работают тысячи наших сограждан? Нет, вместо этого мы проживаем в простых глиняных домах, ходим по пыльным, дорогам, в поисках работы ищем счастья в чужих краях. Скажите, достойны ли мы такой жизни? Конечно же нет! В городе Нарын и Нарынской области государство не уделяет особого внимания развитию регионов, думаете оно не в состоянии создать хорошие условия для граждан, обеспечить их рабочими местами?»*  
[<http://kg.akipress.org/news>]

В речи оратора содержится критика внутренней политики, проводимой правящей партией. Обозначенная тактика служит привлечению внимания аудитории к бедственному положению населения отдельных регионов страны. Негативная окраска высказываний достигается за счет лексики, получающей в контексте отрицательную оценку: *простой глиняный дом, пыльная дорога*. Образ не обновленной за долгие годы страны ([нет] *новых высотных зданий, новых больниц, новых рабочих мест, зеленых насаждений, развитой инфраструктуры*) – результат плохой работы стоящей у власти партии.



*Тактика обвинения* заключается в приписывании кому-либо вины, представлении ситуации и оппонента в негативном свете. Говорящий старается обличить противника, раскрыть его отрицательные качества и намерения. Для реализации тактики обвинения используются лексические средства с негативным оценочным значением. Часто обвинение бывает бездоказательным и голословным, тем не менее, такая коммуникативная тактика используется многими политиками. В некоторых случаях обвиняемый открыто не называется. Высказывания включают лексические единицы с очень широким, размытым значением. Использование подобных языковых средств крайне выгодно для политика, т. к. за счет этого ему удастся усилить впечатление от противопоставления двух групп: «своих» и «чужих». При этом автоматически группа «свои» наделяется позитивными качествами, а группа «чужие», включающая очень широкий круг людей, а не только обличаемую партию или политика-оппонента, дискредитируется. Таким образом, политик, обращаясь к аудитории как к членам своего круга, намеренно вызывает у нее ощущение единства, а следовательно, выдает свои интересы за общие. Частотность использования *тактики мнимого единения* объясняется эффективностью и легкостью ее применения: политический деятель для каждой целевой аудитории может найти ту или иную характеристику, которую можно будет использовать как объединяющий фактор [См.: Иссерс 2011: 76].

В качестве примера можно привести фрагмент выступления Э. Аскарова из партии «Ата Мекен»:

*На предстоящих выборах не верьте партиям, которые дают невыполнимых обещаний, которые пытаются купить ваши голоса за деньги, не продавайте им свою честь и достоинство, не продавайте им светлое будущее ваших детей, голосуйте за достойную партию, голосуйте за «Ата Мекен»!»* [<http://kg.akipress.org/news>].

Использование оппозиции *свой ↔ чужой* позволяет политику противопоставить себя и свою партию оппонентам. Политические оппоненты предстают как *нечестные и недобросовестные* деятели, дающие *невыполнимые обещания, покупающие голоса* избирателей. Аудитория и партия «Ата Мекен» объединяются на основе нравственной позиции (*честь, достоинство, достойный*) и общности политической цели (*светлое будущее детей*) Использование данной оппозиции позволяет автору оказывать эмоциональное воздействие на слушателей и, следовательно, оптимизировать коммуникацию.

*Тактика оскорбления направлена на унижение противника, при этом вербально она может наполняться эмоционально-оценочной, стилистически сниженной лексикой. Инвектива заменяет использование фактов и доказательств.*

*Во время выступления президент страны высказался о текущей политической ситуации в стране. Президент назвал партию «Ата Мекен» «вонючей», а ее лидера – оппозиционера Омурбека Текебаева – «мародером». Партия «Ата Мекен» подала иск против высказывания президента Алмазбека Атамбаева [<http://kloop.kg>];*

*Премьер-министр Кыргызстана назвал лидера партии "Ар-Намыс" Феликса Кулова «козлом, ведущим баранов на скотобойню». В апреле недовольный Феликс Кулов собрал протестный митинг в центре Бишкека [<http://kompromat.kg>].*

Как видно из приведенных выше примеров, тактики, за счет которых реализуется стратегия на понижение, характеризуются стремлением говорящего дискредитировать оппонентов. Для этого используется грубая, сниженная лексика с отрицательной оценкой: *вонючий* – ‘вызывающий отвращение, сильное раздражение’; *козел (ведущий баранов на скотобойню)* – ‘вызывающий неприязнь человек’; переносные словоупотребления: *мародер* – ‘морально разложившийся, грабящий население во время войны’.

*Стратегия на повышение характеризуется желанием говорящего представить себя в выгодном свете, увеличить свою значимость в глазах электората. Данная стратегия реализуется за счет следующих тактик:*

*Тактика анализ – «плюс» предполагает такую подачу ситуации, которая выражает положительное отношение к ней. Приведем пример из обращения, Чолпон Джакуповой к кыргызстанцам:*

*Уважаемые соотечественники! Говорят, что людьми движут два чувства – чувство страха и чувство любви. Но есть еще одно чувство, которое не менее важно, чем эти первые два. Это чувство справедливости. Люди борются, сражаются за справедливость и готовы за это отдать свою жизнь. Пользуясь случаем, я обращаюсь к вам. Вы были свидетелями успешной защиты прав человека. Вам помогли, и вы должны в свою очередь помогать другим, донести правду, возродить уверенность в своих силах у простых людей, наполнить их сердца оптимизмом, желанием мужественно отстаивать свои права» [<http://kg.akipress.org/news>].*

Автор описывает действия своей партии как *успешную защиту прав человека*. Аксиологемы *справедливость, помощь* и др. содержат этические оценки и создают привлекательный для избирателей образ партии.

*Тактика самопрезентации* как эмоциональной «самоподачи» оратора выступает косвенной демонстрацией психических качеств его личности для формирования определенного впечатления о нем самом и о его целях» [Быкова 1999: 50]. Политик выставляет себя и свою партию в наиболее выгодном свете. Такая тактика реализуется, например, в выступлении Чолпон Джакыповой, которая описывает себя с исключительно положительной стороны, призывая проголосовать за нее:

*Я в течение многих лет защищала права своих сограждан, добиваясь справедливости, находясь вне властных структур. Организация «Адилет», которую я возглавляю, оказала помощь порядка шестидесяти тысячам наших сограждан. Я пошла на выборы в составе партии «Бир Бол», которая стремится объединить профессионалов, прогрессивных людей нашей страны и направить их энергию на развитие страны, добиться кардинальных изменений в экономике. Мы готовы и знаем, как проводить реформы* [<http://kg.akipress.org/news>].

Образ честного, заботливого политика формируется за счет этической лексики (*справедливость, помощь, защищать*), лексики с положительной оценкой (*профессионал, прогрессивный*), глаголов волеизъявления (*быть готовым, знать, стремиться, направить (энергию)*).

*Тактика отвода критики* строится на приведении аргументов, которые позволили бы оправдать те или иные поступки. Говорящий старается дистанцироваться от факта участия в той или иной негативной ситуации, стремится оправдать себя в глазах аудитории. Так, в эфире выступил телезритель, который обвинил сопредседателя партии Камчыбека Ташиева в обмане (тот якобы взял у него 50 книг, но так и не отдал за них деньги). Омурбек Бабанов, сопредседатель партии «Республика–Ата-Журт», говорит:

*Камчыбек Ташиев не бедный человек, купить 50 книг для него не проблема. Перед выборами намеренно запускается такая информация. Он абсолютно честный человек. Если вы верите мне, почему не верите Ташиеву?* [<http://rus.azattyk.org>].

Тактика «работает» на повышение имиджа политика, абсурдности и мелочности обвинений в его адрес: для *небедного человека купить 50 книг не проблема*. Прием аналогии (*Если вы верите мне, почему не верите Ташиеву?*) позволяет усилить эффективность аргументации.

Особое внимание при изучении текстов предвыборных политических выступлений, стоит обратить на *стратегию театральности*. Тот факт, что в политическом дискурсе есть адресат-наблюдатель, т. е. потенциальный избиратель, позволяет делать политическую коммуникацию особенно зрелищной. Регулярное невыполнение политиками своих обещаний, политические скандалы, связанные с коррупцией, личной нечистоплотностью, нечестностью, непорядочностью, являются основными темами обсуждения во время выборов:

*Получив долгожданный мандат, они тихо сядут в свои кресла и продолжат спать «во благо народа». Вчерашние «враги» перестанут срывать баннеры и плакаты и станут просто односельчанами или соседями по лестничной площадке. Закончатся «долгожданные» встречи и импровизированные концерты с тракторных прицепов. Да и экраны телевизоров освободятся от возвышенных призывов и сладких речей. Всё вернется на круги своя – лепешечник будет печь хлеб, учитель обратит внимание на детей, а таксист опять будет сетовать на дорогой бензин [<https://ru.sputnik.kg>].*

Одна из задач кандидатов в таких условиях – правильное и полноценное информирование населения, привлечение на свою сторону электората харизмой, артистизмом, для завоевания симпатий разных групп избирателей. Стратегия театральности реализуется за счет следующих тактик:

*Тактика побуждения* – говорящий стремится побудить аудиторию к совершению того или иного действия, стараясь убедить в правильности своей точки зрения. Можно привести также отрывок из выступления Камчыбека Ташиева, в котором он призывает граждан голосовать за партию «Республика-Ата-Журт»:

*4 октября пройдут парламентские выборы, все к ним готовятся, все к вам приезжают, и богатые, и не богатые, и депутаты, и не депутаты, и те, у кого есть власть, и те, у кого ее нет. Причина одна – все просят ваши голоса. Сегодня мы можем создать такую власть, которую желаем. Сейчас все себя рекламируют, но это про-*

*сто реклама. Что есть за этой рекламой? Какие за ней стоят цели? Всё это нужно понимать. Нельзя следовать за пустыми словами, лозунгами. Мы должны проанализировать, есть ли смысл за этими красивыми словами, есть ли там люди, которые могут что-то делать? Не обманывайтесь красивыми лозунгами, выбирайте конкретные действия* [[http:// kg.akipress.org/news](http://kg.akipress.org/news)].

Стоит отметить, что для данной тактики характерно использование «мы»-инклюзивного. За счет этого приема в роли активного субъекта выступает аудитория, граждане, а кандидат стремится показать, что он не отрывается от аудитории, следует за ней, находится как бы на одном уровне с избирателями.

*Тактика обещания* – политик обязуется осуществить что-либо. Идеальным способом для реализации данной тактики является использование формы будущего времени глагола совершенного вида [Михалева 2009: 74]. Само значение, характеристика глагола выражает уверенность в осуществлении обещанного. Приведем отрывок из выступления Омурбека Бабанова, в котором он призывает граждан голосовать за партию «Республика – Ата-Журт», обещая процветание страны:

*Наша партия предлагает вам программу решительных действий. Если мы победим, войдем в коалицию большинства и сформируем командное, профессиональное правительство, то уже на следующий день после получения мандата все наши депутаты откажутся от всех льгот и привилегий. Затем мы заблокируем планы нынешнего правительства на возврат техосмотра автомобилей, мы упраздним бюрократические барьеры в виде различных бессмысленных справок, мы заставим подписать постановление правительства о широкой оптимизации госаппарата, мы уберем весь кадровый балласт во всех структурах власти. Это план действий на несколько ближайших месяцев. Параллельно мы реализуем наш антикризисный план, который не допустит экономического коллапса. В течение пяти лет мы реализуем программу «Конституция, которая изменит Кыргызстан, 15 законов, которые изменяют жизнь каждого»* [<http://kg.akipress.org/news>].

Заключая обзор агитационных стратегий и тактик, подчеркнем, что потенциалом воздействия на сознание адресата и на существующую у него картину мира обладают разнообразные риторические приемы и средства образности. Отбор лексических единиц для агита-

ционной речи определяется главным образом их прагматической направленностью на реализацию целей убеждения и создание положительного имиджа политика. Основным стилистический прием, используемый в политических текстах, – метафора. Во многих агитационных текстах содержится изложение фактов и мнений, но такая информация должна служить еще одним аргументом для убеждения адресата и в конечном счете влиять на его политическую позицию. Необходимость убедить аудиторию обуславливает использование перечисленных стратегий и тактик, которые способствуют наиболее эффективному воздействию.

### ЛИТЕРАТУРА

- Акупова Д. Р.* Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородск. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 6 (1). С. 403–409.
- Быкова О. Н.* Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение: Вестник Российской риторической ассоциации / под ред А. П. Сковородникова. Вып. 1 (9). Красноярск: Красноярск. гос. ун-т, 1999. С. 42–53.
- Иссерс О. С.* Речевое воздействие. М.: Флинта: Наука, 2011.
- Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2000.
- Михайлова О. А.* Лингвокультурологические аспекты толерантности: [учеб.-метод. пособие]. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015.
- Михалева О. Л.* Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. М.: Либроком, 2009.
- Чернявская В. Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006.

**Кузнецова Е. О.**  
магистрант 2 к. УрФУ

### ПРИЕМЫ КОНФРОНТАЦИИ В ПОРТРЕТНОМ ИНТЕРВЬЮ (на примере авторской телепрограммы «Познер»)

Ток-шоу «Познер», взятое в качестве материала для исследования, основано на жанре портретного интервью, в котором «журналист... на первый план выдвигает личность собеседника», «ищет

проявление личности в тех сообщениях о биографических событиях, работе, интересах, которые даются героем как ответы на вопросы ведущего» [Майданова, Калганова 2006: 196]. Гостем такой телевизионной передачи обычно становится известная личность, которая вызывает интерес у массового адресата. Цель телеведущего заключается в том, чтобы раскрыть личность героя программы, мотивировать его на объяснение поступков, действий, описание чувств или рассуждение на конкретную тему. Для портретного интервью характерен достаточно откровенный диалог, в котором собеседники открываются перед аудиторией с новой стороны через отношение к глобальным вопросам современности и популярным обсуждаемым темам.

Очевидно, что ключевыми речевыми стратегиями, которым следует ведущий в портретном интервью, являются стратегия самопрезентации и стратегия позиционирования собеседника. Кажется логичным предположить, что портретные интервью должны разворачиваться как «согласный» диалог: ведущему невыгодно идти на конфликт с героем, ставя его в неудобное положение. Однако, по мнению исследователя К. В. Барановой, отсутствие атмосферы единства между героем и ведущим вообще свойственно многим российским ток-шоу, ведущие часто выбирают образ судьи, агитатора или провокатора в общении с гостями [См. об этом: Баранова 2006].

В подобном конфронтационном диалоге важна техника задавания вопросов. Обычно исследователи не рекомендуют использовать закрытые вопросы в интервью [См., например, Лукина 2003: 98]. В соответствии с этой точкой зрения в адрес гостя студии должны звучать открытые вопросы, которые отличаются восполняющим характером сообщения, подразумевают широкие по объему и насыщенным по содержанию ответы собеседника. Закрытые же вопросы, как кажется, напротив, не мотивируют собеседника на широкие рассуждения на заданную тему, они лишь сообщают собеседнику, что ведущий заинтересован только в подтверждении или отрицании какой-либо информации. Эти вопросы предполагают только два возможных варианта ответа – либо «да», либо «нет».

В своей авторской программе Владимир Познер, один из самых опытных и титулованных интервьюеров России, отступает от тенденции задавать открытые вопросы, предпочтительные для жанра портретного интервью. Чаще он использует ряды кратких закрытых вопросов с целью точнее узнать взгляд гостя на интересующую его тему. Такая манера формулирования вопросов часто приводит к по-



явлению и разрастанию конфликта в студии. «В конфликтной ситуации всегда имеется противоречие, возникающее между людьми по значимым для них аспектам взаимодействия и нарушающее их нормальное взаимодействие» [Гришина 1993: 9]. Причем ведущий стремиться доминировать в интервью, ориентируясь на собственные интересы, стремясь создать необходимое для него представление о герое передачи.

Каждый тематический блок интервью Познер начинает с развернутой реплики. Первая ее часть строится в форме высказывания, представляющего «бэкграунд» – предпосылку вопроса: это может быть собственное размышление телеведущего, небольшая история из жизни, высказывание гостя из ранних интервью или публичных выступлений, высказывание из книг и прочих публикаций, мнение третьего лица (известная личность) о госте. Вторая часть обычно представляет собой закрытый вопрос либо череду закрытых вопросов и является логическим завершением предшествующего монолога ведущего. Таким образом, ответ гостя на закрытые вопросы ведущего не может быть односложным, так как ему была представлена предпосылка, наталкивающая на какие-либо рассуждения. «Интервью в этом случае напоминает беседу, в котором объем реплик общающихся почти пятьдесят на пятьдесят» [Майданова, Калганова 2006: 183].

Рассмотрим подобную технику ведения интервью на примере диалога Владимира Познера с депутатом Государственной думы от партии «Единая Россия» Ириной Яровой.

*П: Когда вы были членом «Яблока» ваши соратники по партии / вас очень хвалили // и очень даже ценили за принципиальность // Смотрите / то что о вас говорил тогда Явлинский // всё-таки не последний человек // «У нас есть депутат на Камчатке Ирина Яровая// и ей сказали прямо / «Подпишите бумагу о том что после выборов вы вступите в «Единую Россию» // тогда мы позволим вам выиграть округ» // Она такой документ не подписала // не выиграла выборы / и осталась в «Яблоке» // Очень похвально // Это соответствует?*

Вступительная реплика Познера реализует стратегию позиционирования героя передачи и построена на тактике комплемента: ведущий, ссылаясь на мнение бывших коллег по партии, характеризует Яровую как человека *принципиального*, т.е. придерживающихся твердых убеждений. Однако закрытый вопрос, звучащий в финале реплики, содержит подвох: в рассказанной истории нынешние соратники Яровой по партии «Единая Россия» представлены в неприглядном



свете как люди, способные подтасовать результаты выборов. Принятие комплемента будет равносильно признанию того, что героиня интервью, несмотря на свою принципиальность, теперь сотрудничает с людьми, нарушающими закон.

*Я: Ну я не считаю / Во-первых, Григорий Алексеевич явно преувеличил/ это первое //*

*П: Что именно?*

*Я: Ну то что / есть какая-то такая история //*

Несмотря на отказ подтвердить правдивость истории, ведущий использует серию дополнительных закрытых вопросов для уточнения позиции собеседника, добиваясь от Яровой более определенного ответа, более категоричных формулировок, стремясь спровоцировать героиню на сенсационную откровенность. Совокупность закрытых вопросов Познер применяет намеренно в рамках тактик скрытого обвинения и провокации.

*П: То есть ее не было? / Это вранье?*

*Я: Ну в таком варианте и в таком исполнении...// Я думаю / что был смысл похвалить знаете за что? // За то что / депутат который / работал на Камчатке / независимо от позиции и бездействия партии / работал.*

*П: Но всё-таки эта история / ее не было?*

*Я: Нет / Владимир Владимирович /*

*П: Он что / рассказывает сказки?*

*Я: Ну вы знаете / я бы сказала / что это такое серьезное преувеличение // Потому что выборы мы побеждаем или проигрываем не потому что кто-то кому-то что-то предлагает / а как...*

*П: Но вам предлагали подписать бумагу или (с усмешкой) нет / как он говорит?*

*Я: Конечно / такого предложения подписывать какую-то бумагу / это полная чушь.*

*П: Не было? // Значит это он придумал?*

*Я: Это полная чушь // подписывать какую-то бумагу //*

*П: Не было // Хорошо*

Ведущий пять раз задает, по сути, один и тот же вопрос о достоверности истории, рассказанной Г. Явлинским (*То есть ее не было? / Это вранье?... Но всё-таки эта история / ее не было? ... Он что /*

рассказывает сказки?... Но вам предлагали подписать бумагу или (усмехаясь) нет / как он говорит? ... Не было? // Значит, это он придумал?), провоцируя героиню назвать своего бывшего соратника лгуном или признать неэтичные действия со стороны партии власти. Однако Яровая категорично отрицает произошедшее (полная чушь), но при этом старается избегать категоричной негативной оценки речевого поведения лидера «Яблока» (серьезное преувеличение, а не вранье). Перехватывая инициативу, героиня передачи старается увести разговор от опасной темы коррупции во власти и сама задает направление дальнейшего разговора.

*Я: Давайте до конца доведем мысль о том / почему люди побеждают или не побеждают //*

*П: Может быть не надо?/*

Слабое возражение со стороны Познера не услышано Яровой, которая стремится уйти от конкретного примера и говорить об избирательной системе вообще.

*Я: Нельзя относиться к избирательной системе // как э-э / такого рода действиям // Это кстати демонстрация неуважения к избирателю / когда человек / будучи лидером партии / позволяет себе так говорить / Почему? / Потому что // только гражданин решает / только житель Камчатки решает // какой представитель партии будет их депутатом // По-другому не бывает.*

*П: Вы знаете / он говорил в четвертом году это...*

*Я: Да не важно когда / Абсолютно неважно*

Категоричный отказ Яровой принять какие-либо возражения заставляет Познера защищать собственную стратегию ведения интервью, моделируя направление интерпретации своих вопросов. Делая это, Познер вообще отказывается от вопросов, предпочитая использовать короткие оценочные предложения.

*П: Но это / Не знаю // Я бы воспринял это как похвалу в свой адрес // Вот смотрите / какой принципиальный человек*

*Я: Знаете / моя принципиальность ведь не связана с тем / похвалил он меня или нет*

*П: Хорошо // Но вот когда хвалят за принципиальность / это неплохо*

*Я: Абсолютно*

Данный тематический блок интервью, как видно, формально заканчивается согласием сторон, но внутреннее противоречие не разрешено, поскольку ведущий не получил тот результат, на который, очевидно, рассчитывал. Конфронтация продолжается на протяжении всего интервью, в котором ведущий позволяет себе использовать достаточно жесткие замечания в адрес собеседницы.

*П: Ирина Анатольевна / то что вы говорите / это примерно так / что утром надо чистить зубы // Да это надо // Но вот так не получается.*

Тактика скрытого оскорбления, представленная в данном высказывании, реализована с помощью конструкции со значением сравнения. Негативно оценочный смысл наводится с помощью сопоставления слов И. Яровой с «аксиомой» бытового поведения. Ведущий обвиняет политика в банальности суждений, ритуальности высказываний.

Одним из приемов конфронтации, которые использует В. Познер, является перебивание собеседника. Этот прием призван лишить собеседника инициативы в диалоге и дискредитировать его позицию. Например, так происходит в интервью с известным российским кинорежиссером Владимиром Бортко.

*П: В одном телевизионном ток-шоу Вы сказали / что готовы пожертвовать своей семьей / лишь бы жила страна родная // И когда спросили Вас / как это понимать / Вы ответили цитатой из Тараса Бульбы // «что, сынку, помогли тебе твои ляхи? / Так продать? / Продать веру? / Продать своих? // Стой же / слезай с коня! // Я тебя породил, я тебя и убью!» // И добавили / «вот примерно так это надо понимать» // Это как-то не напоминает чуть / вот эта готовность пожертвовать своей семьей / немножко Павлика Морозова?*

*Б: Да нет / Почему?// Посмотрите американские фильмы...*

*П: (Прерывает) При чем тут американские фильмы? // (Раздраженно) Послушайте / оставьте эти американские фильмы в покое // Мы говорим о нашем кино // Павлик Морозов не американец / Тарас Бульба тоже не американец (улыбаясь разводит руками).*

Дисгармонизация диалога поддерживается интонационно: ведущий позволяет себе демонстрировать раздражение, возмущение, т.е. негативные эмоции, которые встраиваются в тактику провока-

ции – Познер заставляет своего собеседника рассуждать на сложную нравственную тему, предлагая сделать непростой выбор между ценностями семьи и патриотизма, вынуждая так или иначе предать значимую часть своей жизни.

Названные выше приемы ведения конфронтационного диалога могут быть описаны как в рамках стратегии позиционирования собеседника, так и в рамках стратегии самопрезентации. Понижая коммуникативный статус героя передачи, ведущий позиционирует себя в глазах телеаудитории как человека, глубже понимающего обсуждаемую сложную проблему. Манипулятивный характер проанализированных приемов (использование серии закрытых вопросов, негативная оценка суждений героя, перебивание, эмотирование собеседника) осознается интервьюируемым, а значит, ведущий может столкнуться с контрприемами.

## ЛИТЕРАТУРА

- Баранова К. В.* Риторический анализ речевого поведения ведущих американских ток-шоу: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2006.  
*Гришина Н. В.* Давайте договоримся. Практическое пособие для тех, кому приходится разрешать конфликты. СПб., 1993.  
*Лукина М. М.* Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2003.  
*Майданова Л. М., Калганова С. О.* Практическая стилистика жанров СМИ: Учебное пособие. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2006.

**Ли Вэньлу**  
 аспирант УрФУ

## МАКСИМЫ И ПРАВИЛА КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В ЗЕРКАЛЕ РУССКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

В любой ситуации для эффективного общения необходимо соблюдать определенные максимы и правила коммуникативного поведения, которые закреплены в социуме национально-культурными традициями. Описанию принципов гармонизирующего коммуникативного поведения посвящены исследования П. Грайса, Д. Лакофф, Дж. Лича, И.А. Стернина и др.

Многие из норм коммуникативного поведения нашли отражение во фразеологии, поскольку национальная фразеология – зеркало куль-

туры. Культура коммуникативного поведения – это соблюдение норм и правил, принятых в данном обществе. Фразеологические единицы, характеризующие коммуникативное поведение, подсказывают, как вести себя в той или иной ситуации, и учат быть вежливыми, терпеливыми, дружелюбными.

Цель работы – выявить нормы коммуникативного поведения, зафиксированные в русской фразеологии. Вслед за В. Н. Телия мы понимаем фразеологию широко и включаем во фразеологическую систему собственно фразеологизмы разных типов, устойчивые сочетания и поговорки [См.: Телия 1996].

Правила, которым должны следовать собеседники в процессе общения, впервые были сформулированы П. Грайсом [Грайс 1985], который исходил из того, что собеседники заинтересованы в эффективности передачи информации. Грайс выдвинул идею, что коммуниканты сотрудничают друг с другом, внося свой индивидуальный вклад в общение. Это положение получило название *принципа кооперации, или сотрудничества*. Данный принцип опирается на четыре постулата – количества, качества, релевантности и манеры речи. Каждый из постулатов состоит из более специфичных максим, регулирующих поведение собеседников в коммуникативном акте. Наши материалы показывают, что значение некоторых русских фразеологизмов аналогично максимам Грайса. Приведем примеры.

Постулат *количества* характеризует информативность речи и включает две максимы:

1. Сообщайте столько информации, сколько требуется для осуществления конкретных целей общения.

2. Не говорите больше, чем требуется.

Во фразеологии есть такие единицы: *Говорит много, а толку на грош, да и тот не хорош; Лишнее говорить – себе вредить; Бойся вышнего, не говори лишнего* и т.п.

Постулат *качества* гласит: Старайтесь сообщать только достоверную информацию. Он также включает две максимы:

1. Не говорите того, что обязательно неверно или ложно.

2. Не говорите того, для чего нет достаточных оснований.

Ряд русских фразеологизмов также актуализируют смысл «правдивость речи». Например: *Не знаешь, так не говори; Правдивое слово – сила; Говоришь правду, правду и делай; Говори рьяно, да без обмана; Что лживо, то и гнило; Ложь что мелкая монета: на нее долго не проживешь* и т.п.

С категорией отношения связан постулат *релевантности*, суть которого заключается в следующем: не отклоняйтесь от темы, говорите по существу. Ему соответствуют такие фразеологизмы, как: *Слово не мимо идет; Не тот умен, кто много говорит, а тот, кто попусту слов не тратит; Говорить, так договаривать, а не договаривать, так лучше не говорить* и т.п.

Постулат *манеры речи* касается не того, что говорится, а того, как говорится; он конкретизируется четырьмя максимами:

1. Избегайте неточности выражения, выражайтесь ясно;
2. Избегайте неоднозначности;
3. Будьте кратки, избегайте ненужного многословия;
4. Излагайте свои мысли четко;

Русская фразеология поддерживает эти правила такими единицами: *Коротко и ясно, оттого и прекрасно. Слова хороши, если они коротки; Краткость – сестра таланта; Можно много сказать и в короткой речи; Хорошая речь коротка; Где слова редки, там они имеют вес; Сказать редко да метко* и т.п.

Принципы Грайса регулируют, как должна строиться речь, но не учитывают, как она реально строится. Выделенные максимы нацелены на эффективность и информативность коммуникативного акта, но не принимают во внимание эмотивный аспект речи. Вместе с тем фатическое повседневное общение не всегда соответствует указанным принципам, поскольку его главная функция заключается не в передаче информации, а в поддержании контакта. В частности, обмен приветствиями не является информативным, однако повседневное общение без них просто невысказано. Поэтому выделенные Грайсом принципы нуждались в уточнении с позиций социально-коммуникативной, этической и этикетной составляющих.

Р. Лакофф попыталась расширить сферу применения постулатов Грайса, уделив главное внимание этическому аспекту общения. По мнению исследователя, коммуникация, строго подчиненная данным постулатам, была бы скучной и формальной, вследствие этого в повседневном общении выделенные максимы постоянно нарушаются [цит. по: Ларина 2009: 36]. Р. Лакофф сформулировала два основных правила *прагматической компетенции*:

1. Излагайте свою информацию ясно.
2. Будьте вежливы.

Все максимы Грайса можно свести к первому правилу Р. Лакофф, а ее второе правило, в свою очередь, включает три пункта, которые находят подтверждение во фразеологии.

1. Не будьте настойчивыми: *Будь прям, да не упрям; Умей вовремя сказать, умей и смолчать* и т.п.

2. Предоставляйте партнеру возможность выбора: *Чужих слов не перебивай*.

3. Будьте дружелюбными: *Доброе слово сотни пустых стоит; Доброе слово и кошке приятно; На добрый привет – добрый ответ* и т.п.

Категория вежливости рассматривается как центральный принцип коммуникативного поведения в работах И. А. Стернина и Дж. Лича.

И. А. Стернин отмечает, что коммуникативное поведение представителей любой лингвокультуры характеризуется определенными нормами, т. е. «коммуникативными правилами, обязательными для выполнения в данной лингвокультурной общности» [Стернин, Ларина, Стернина 2003: 9]. При этом общекультурные нормы коммуникативного поведения в значительной степени отражают принятые правила этикета, вежливого общения [См.: Прохоров, Стернин 2002].

Дж. Лич отмечает, что вежливость является важным прагматическим фактором, поддерживающим социальное равновесие и дружеские отношения между собеседниками и регулирующим коммуникацию в большей степени, чем принцип кооперации Грайса [цит. по: Ларина 2009: 36].

Вежливость как этическая категория и необходимая норма коммуникации отмечена во многих фразеологизмах, например: *От приветливых слов язык не отсохнет; Добрые слова лучше мягкого пирога; Говори заодно, а не заборно; Пошел на обед, паси (неси) словцо на привет* и т.п.

Дж. Лич выделяет в категории вежливости конкретные составляющие – максимы, которые также отражены в русской фразеологии. Например, максима такта (соблюдения границ личной сферы, т. е. не следует затрагивать темы, которые потенциально опасны для собеседника): *Не всё годится, что говорится; Сначала подумай – потом говори; Слово не воробей, вылетит – не поймаешь* и т.п. Максима одобрения (позитивности в оценке других, т. е. следует говорить приятные вещи и не следует осуждать людей): *Доброе слово человеку что дождь в засуху; Ласковое слово самому ничего не стоит, а другому много дает; Плохо жить без работы, худо без доброго слова; Недоброе слово больней огня жжет* и т.п. Максима скромности (неприятия похвал в собственный адрес, т. е. не будьте высокомерны в разговоре

с собеседником): *Не всегда говори то, что знаешь, но всегда знай то, что говоришь; Скромно себя ведет тот, кто не требует, а просит* и т.п.

Таким образом, во фразеологии заложены этнокультурные стереотипы. Фразеологические единицы регулируют коммуникативное поведение людей, учат этикету, формируют этические нормы. Однако реальная повседневная коммуникация является довольно сложным явлением и не может быть сведена только лишь к реализации определенных постулатов, максим или правил.

### ЛИТЕРАТУРА

Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XVI. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 217–237.

Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009.

Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русское коммуникативное поведение. М.: Гос. Ин-т рус яз. им. А.С. Пушкина, 2002.

Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж: Изд-во «Истоки», 2003.

Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996.

Мальцева Т. В.  
магистрант 2 к. УрФУ

### МЕТАЯЗЫКОВЫЕ ОПЕРАТОРЫ ГАРМОНИЗАЦИИ ОБЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РЕЧЕВОЙ ПРАКТИКЕ

В современных лингвистических трудах большое внимание уделяют изучению вопроса эффективности речевого общения. Исследования успешной корпоративной коммуникации обусловлены потребностями как отдельной языковой личности, так и общества в целом. По словам Н. С. Болотновой, «установка на гармоничное общение, которое дарит людям радость, удовольствие, с которым связывается умение принять точку зрения ‘другого’, проявить терпимость к его позиции, понять ее – является показателем общей культуры человека,



уровня его нравственного и эстетического воспитания» [Болотнова 2004: 445].

Для подобного успешного общения говорящему необходимо постоянно устанавливать связь между речевым произведением и языковым кодом, которым он пользуется при речепроизводстве, обращаясь к контролирующей функции метаязыка. «Метаязыковая рефлексия – это деятельность сознания (индивидуального или коллективного), направленная на осмысление фактов языка / речи» [Шумарина 2011: 4]. Результатом этого процесса является рефлексив – «метаязыковой комментарий по поводу употребления актуальной лексической единицы» [Вепрева 2002: 76]. По мнению И. Т. Вепревой, метаязыковая рефлексия – это результат коммуникативного или концептуального напряжения, а рефлексив является «метацензором» и «выступает как опережающая реакция говорящего» [Там же: 103–104]. В ситуации, когда человек стремится погасить напряжение, он прибегает к метаязыковым комментариям, гармонизирующим речевое общение. К корпусу данных единиц мы можем отнести высказывания с метаоператорами *мягко говоря, выражаясь интеллигентно, как бы поделкатнее сказать*.

Нередко метаязыковые операторы указывают на наличие в тексте эвфемизмов. Эвфемизм – это «слова или выражения, служащие в определенных условиях для замены таких обозначений, которые представляются говорящему нежелательными, не вполне вежливыми, слишком резкими» [Шмелев 1979: 402]. Метаязыковые сопроводители при эвфемизме направляют сознание адресата по нужному пути, указывают, как следует оценивать ту или иную информацию. Автор публикации сообщает читателю, что слово, сопровождаемое метаязыковыми операторами гармонизации речевого общения, смягчает смысловое наполнение прямой номинации, которая может нанести травму психике человека.

Цель нашей работы – обратиться к анализу диагностирующей функции метаязыковых операторов гармонизации речевого общения для выявления болевых точек социального напряжения современного общества. Выборка материала проводилась на основе публицистических текстов СМИ с 1990 по 2017 год с помощью поисковой базы Интегрум (Integrum.ru). Основой исследования являются 2000 высказываний, в которых комментируется ввод эвфемистических лексем с помощью метаоператоров, гармонизирующих речь.

Сразу отметим, выделенные темы, смягчаемые эвфемизмами, показали, что главным объектом оценки и критики является сам че-

людей. Тематическая классификация подразделена на группы, которые отражают важные явления человеческой жизни. Назовем наиболее частотные темы, при обсуждении которых носитель языка использует эвфемизм, рассматриваемый как языковое средство, которое способствует успешной, бесконфликтной, гармоничной ситуации.

1. Тема, затрагивающая **личные качества человека**, является самой частотной в публикациях СМИ. Собранный материал показал, что проблема негативного отношения к человеку / группе людей является наиболее распространенной. Обратимся к Русскому семантическому словарю под редакцией Н. Ю. Шведовой [РСС 1998] и обозначим наиболее частотные тематические группы, связанные с проявлением личных качеств человека.

1) **Одаренность, обладание способностями, умом, талантом или их отсутствие** [РСС 1998: 85]: *Несмотря на то, что начальство и другое окружение считает его, **мягко говоря**, «недалеким», Барабанову под силу распутать любое, даже самое закрученное и опасное дело* (Вечерняя Москва; 02.02.2010).

Оппозиционная пара: прямая номинация *глупый* – эвфемизм *недалекий*.

Лексема *недалекий* имеет значение «умственно ограниченный, глуповатый» [СОШ 2013: 374]. Оппозицию рассматриваемому эвфемизму представляет прямая номинация *глупый* – «с ограниченными умственными способностями, несообразительный, бестолковый» [Там же: 124]. За счет слабой степени проявленного свойства (*глуповатый*, а не *глупый*) слово *недалекий* смягчает высказывание, делая коммуникацию комфортней, несмотря на острую и неприятную тему.

*Другие говорят, что американский президент, **мягко говоря**, не гений, и весь мир в опасности, пока он в Белом доме* (Московский комсомолец; 25.11.2002).

Оппозиционная пара: прямая номинация *бездарный, глупый человек* – эвфемизм *не гений*.

*Мнение о том, что девушки и женщины со светлыми волосами, **мягко говоря**, неумны, сложилось не так давно, всего-навсего в 50-х годах XX века* (Вечерний Оренбург; 18.01.2012).

Оппозиционная пара: прямая номинация *глуп* – эвфемизм *неумен*.

*Но тут другие сложности – надо человеку объяснить, что он, **мягко говоря**, не талантлив, такими словами, которые не сильно бы ранили его творческую душу* (Известия; 11.03.2011).

Оппозиционная пара: прямая номинация *бездарен* – эвфемизм *неталантлив*.

Одна из основных претензий пишущей братии к МГО – прием в организацию людей, *мягко говоря, не блещущих талантом* (Литературная газета; 03.10.2012).

Оппозиционная пара: прямая номинация *бездарный* – эвфемизм *не блещущий талантом*.

2) **Свойства натуры, черты характера, а также поступки, поведение, определяемые такими свойствами, чертами** [РСС 1998: 93 – 119].

- **Лень, праздность, безделье, тунеядство.**

Местное население считало нас, *мягко говоря, нахлебниками*, – вспоминает Мостовой (Вечерняя Москва; 12.05.2010).

Оппозиционная пара: прямая номинация *паразит* – эвфемизм *нахлебник*.

Значение эвфемизма *нахлебник* – «человек, к-рый живет на средства чужой семьи, приживальщик (устар.), а также вообще тот, кто живет за чужой счет (разг. неодобр.)» [СОШ 2009: 398]. Лексема *нахлебник* имеет помету *устаревшее* и является словом пассивного словаря. Оппозицию эвфемизму составляет слово *паразит* – «человек, к-рый живет чужим трудом, тунеядец (презр.)» [Там же: 492]. Следует отметить, что в отличие от эвфемизма слово *паразит* имеет большую негативно-эмоциональную окрашенность, которую словарь маркирует как (*презр.*) – ср. стилистическую помету при лексеме *нахлебник* – (*разг. неодобр.*). Автор использует эвфемизм, чтобы обойти неприятную для общества тему тунеядства. Такие черты, как лень, иждивенчество, всегда были порицаемы обществом и являлись очагом социального напряжения.

Например, в молодежи сильно *разгильдяйство, если выражаться интеллигентно*, некоторые из них даже не дают себе труда задумываться, потому что их ничто не поджигает (Вечерняя Москва; 21.03.2012).

Оппозиционная триада: дисфемизм *разгильдяйство* – прямая номинация *бездельничанье* – эвфемизм *не дать себе труда задуматься*.

Если до армии он был, *мягко говоря, лентяем*, то после службы стал рассудительнее относиться к своим поступкам, жизни, стал увереннее в себе (Звезда Лангепаса; 16.02.2013).

Оппозиционная пара: прямая номинация *бездельник* – эвфемизм *лентяй*.

- **Жадность, скарედность, стяжательство, торгашество.**

Мы обещали как-нибудь вернуться в болгарский город Габрово, где живут люди не то чтобы жадные, но, **как бы поделикатнее сказать, удивительно бережливые** (Родная газета; 13.02.2004); Но существует и противоположное клише: обеспеченные люди, **мягко говоря, бережливы, а порой даже скаредны, и источник их богатства прежде всего именно в экономном расходовании средств** (Автопанорама; 01.10.2007).

Оппозиционная пара: прямая номинация *жадный* – эвфемизм *бережливый*.

Словарное значение *жадный* – «стремящийся к наживе, скупой» [СОШ 2013: 176]. Слово *бережливый* – «бережно относящийся к имуществу, расчетливый, экономный» [Там же: 42] – нейтрализует отрицательную сему ‘стремящийся к личной выгоде, корыстолюбивый’, оставляя семантический признак ‘чрезмерно избегающий расходов’. Контекстные условия помогают понять смягчение негативно-го значения за счет употребления метаоператоров *как бы поделикатнее сказать* и *мягко говоря*, которые разоблачают маскирующий характер эвфемизма. Помогают понять прямое значение отрицательных человеческих качеств также контекстные прилагательные-партнеры: в первом контексте *не то чтобы жадные, но <...> удивительно бережливые*; во втором контексте *бережливы, а порой даже скаредны*.

- **Обман, хитрость, ловкачество, беспринципность, льстивость, ханжество, подозрительность.**

Разве мы сами здесь, в Калининградской области, не были свидетелями того, как рвущиеся в политику, **мягко говоря, авантюристы** призывали отделиться от России, образовать Балтийскую республику? (Тильзитская волна; 16.12.2015).

Оппозиционная пара: прямая номинация *беспринципный человек* – эвфемизм *авантюрист*.

Эвфемизм *авантюрист* имеет значение «беспринципный человек, занимающийся авантюрами» [СОШ 2013: 16]. *Авантюра* – «[фр. *aventure* приключение] неодобр. Беспринципное, рискованное, сомнительное по честности дело, предпринятое в расчете на случайный успех» [ТСИС 2000: 27]. *Беспринципный* – «лишенный каких-н. определенных принципов, моральных устоев» [Там же: 43]. Благодаря использованию иноязычного слова, автор смягчает информацию и гасит напряженность, связанную с темой отсутствия нравственных установок.

*Приватизация обернулась разграблением народного богатства кучкой, **мягко говоря, нечестных людей*** (Северный Курьер; 23.04.1998); *В то же время большинство населения чиновниками недоволено и считает их, **мягко говоря, нечестными людьми*** (Российская бизнес-газета; 02.10.2012); *На страхе людей перед онкологией могут наживаться, **мягко говоря, нечестные люди*** (Комсомольская правда; 18.11.2015).

Оппозиционная пара: прямая номинация *обманщик* – эвфемизм *нечестный человек*.

- **Бесчувственность, жестокость, злобность, злодейство.**

*Понятно, что в семье всю жизнь любили младшенького, Фреду родительского внимания не доставалось, поэтому и вырос он, **мягко говоря, не святым** ...* (Коммерсантъ-Приложение; 14.12.2007); *Я убедился, что Леонид Данилович, **мягко говоря, не святой** человек* (Известия; 07.04.2011).

Оппозиционная пара: прямая номинация *грешный / злой* – эвфемизм *не святой*.

В рассматриваемых примерах автор использует антоним *святой* «проникнутый высокими чувствами, возвышенный, идеальный (высок)» [СОШ 2013: 654] с отрицательной частицей *не*. Так, говорящий, отказываясь от прямой номинации *злой* – «полный злобы, злости» [Там же: 2014], смягчает смысл сказанного.

*Властолюбие, корыстолюбие и мстительность – вот что двигало рассудком этих, **мягко говоря, недобрых людей*** (Здоровье / приложение к АиФ; 06.12.2001).

Оппозиционная пара: прямая номинация *злой* – эвфемизм *недобрый*.

II. Следующая тема – **расположенность, склонность, пристрастие, интерес или нерасположенность к другому, к людям** [РСС 1998: 83]. В этой группе рефлексивов мы рассматриваем не только субъективную оценку какой-либо личности, но и сам конфликт, порожденный недовольством двух сторон.

*В любой организации между линейными менеджерами и их подчиненными время от времени возникают, **мягко говоря, трения*** (Ведемости; 05.04.2011).

Оппозиционная пара: прямая номинация *конфликт* – эвфемизм *трения*.

В приведенном контексте лексема *трения* употребляется в переносном значении «враждебные столкновения, споры, мешающие ходу дела» [СОШ 2009: 809]. Оппозицию данному эвфемизму со-

ставляет слово *конфликт* «столкновение, серьезное разногласие, спор» [Там же: 292]. Сравнив два значения, мы можем сделать вывод, что человек акцентирует внимание на проблеме, используя не столь частотное слово *трения*, которое, употребляясь в переносном значении, смягчает отчасти прямое значение слова *конфликт*.

*Виктор Михайлович даже не представляет, какие у соседей могли быть, мягко говоря, недоброжелатели: Валерий, мол, уж настолько спокойный, его ведь даже пьяным никогда не увидишь* (Вечерняя Казань; 28.01.2000); *По информации источника из близкого окружения погибшего, у того могли быть, мягко говоря, недоброжелатели* (Аргументы и факты; 17.08.2005).

Оппозиционная пара: прямая номинация *враг* – эвфемизм *недоброжелатель*.

*Правда, отношения Вольского и Горбачева были, мягко говоря, напряженными, а потому услышал он то, что, видимо, хотел услышать* (Вечерняя Москва; 11.03.2010).

Оппозиционная пара: прямая номинация *тяжелый, конфликтный* – эвфемизм *напряженный*.

*Вот только отношения Сергея и Дмитрия были в тот момент, мягко говоря, не слишком дружескими* (Вечерняя Москва; 08.09.2010).

Оппозиционная пара: прямая номинация *недружеские* – не слишком дружеские.

*Я знаю, что сейчас Пярт меня, как композитора, мягко говоря, не любит и открыто это высказывает* (Известия; 10.09.2010).

Оппозиционная пара: прямая номинация *ненавидеть* – эвфемизм *не любить*.

*Вряд ли обыватель и художник бывают, мягко говоря, в восторге друг от друга* (Ведомости; 29.04.2011).

Оппозиционная пара: прямые номинации *не любить / не понимать* – эвфемизм *вряд ли быть в восторге*.

III. Следующая тема касается **социальных свойств человека**. Данные метавысказывания можно разделить на группы, которые характеризуют человека и его материальный достаток. Если рассмотреть данную тему в лингвокультурологическом аспекте, можно увидеть, что традиционно для русского человека характерна второстепенность материального. «Русское сознание относится к материальному как не к главному в жизни. Положительно оценивается неприхотливость <...>. Считается, что богатые не должны кичиться своим

богатством, должны бескорыстно помогать обществу, более бедным» [Прохоров, Стернин 2007: 115–116]. Это подтверждает и русская философия. Владимир Соловьев предупреждает об искушении «сделать материальное благо целью, а свою божественную силу средством для его достижения» [Соловьев 2000: 225]. Материальное благо – это лишь «общая подкладка жизни и знания, материал, из которого они создаются» [Там же: 235]. Наше исследование показало, что в современной ситуации изменилось отношение к материальному благу и в статьях всё чаще оценивается уровень материального достатка.

1) **Владение богатством, большой или коллективной собственностью, крупным предприятием, землями** [РСС 1998: 139].

*Все известные медики земского периода были богачами, и их богатство было основано на гонорарах больных. Г. А. Захарьин был миллионером, С. П. Боткин и Н. И. Пирогов были, **мягко говоря, зажиточными** людьми* (Медицинский вестник; 18.03.2003).

Оппозиционная пара: прямая номинация *богатый* – эвфемизм *зажиточный*.

Эвфемизм *зажиточный* используется в значении «обладающий достатком, состоятельный» [СОШ 2013: 191]. В отличие от нейтрального слова *богатый* «обладающий большим имуществом, деньгами, очень зажиточный» [Там же: 50] лексема *зажиточный* обозначает слабую степень свойства, тем самым смягчая высказывание в целом.

*А некоторые комментаторы обратили внимание еще и на то, что бывший губернатор является, **мягко говоря, обеспеченным** человеком (в 2008 году он задекларировал доход в 635 млн руб.), так что «его трудно будет коррумпировать»* (Коммерсантъ-Власть; 25.01.2010).

Оппозиционная пара: прямая номинация *богатый* – эвфемизм *обеспеченный*.

*Конечно, большинство из них и без того были людьми, **мягко говоря, небедными**, но тут-то речь шла о многих миллионах, а для крупнейших акционеров – даже о миллиардах евро сразу!* (Ведомости; 27.12.2011); *А жертвы разбоя, кстати, были людьми, **мягко говоря, небедными**: директора крупных универмагов, заведующие секциями, бухгалтеры... По фотографии они сразу узнали ловкую налетчицу* (Петровка–38; 14.07.2015); *У меня, **мягко говоря, небедные** родители, но денег у них не беру* (Комсомольская правда; 07.02.2017).

Оппозиционная пара: прямая номинация *богатые* – эвфемизм *небедные*.



Да, он уже не мог себе позволить такие яхты, как у Абрамовича, но, тем не менее, **мягко говоря, не бедствовал** (Комсомольская правда; 26.03.2015); **Хотя спартаковцы, мягко говоря, не бедствуют**. Так, годовая зарплата того же Дмитрия Комбарова составляет, по данным наших источников, 2 млн, а Глушакова – 1,8 млн (Известия; 21.03.2016).

Оппозиционная пара: прямая номинация *быть богатым* – эвфемизм *не бедствовать*.

## 2) Невладение собственностью, богатством [РСС 1998: 141].

Он был неродовит, **мягко говоря, небогат**, а точнее – весь в долгах (Аргументы и Факты; 05.09.2012). Таким образом, потерявшие Отечество, нищие русские – а подавляющее большинство изгнанников, **мягко говоря, не были богаты** и до революции – оказались преданными и проданными второй раз, теперь уже обещавшими помощь и поддержку союзниками (Аргументы и Факты; 04.08.2010).

Оппозиционная пара: прямая номинация *беден* – эвфемизм *небогат*.

В вышеприведенных контекстах даны краткие формы прилагательного *небогатый*. *Небогатый* – «вм. бедный. В преуменьш. знач., мин. ст. эвф. Ср.: бедноватый, стесненный в средствах» [Сеничкина 2008: 230]. Автор, используя антонимичное слово *богатый* с отрицательной частицей *не*, гасит напряжение, которое появляется в связи с затронутой неприятной темой бедности.

Но даже в этом случае Разина пытается что-то сделать для людей, чьи пенсии **не позволяют им жить, мягко говоря, на широкую ногу** (Вечерняя Уфа; 05.03.2004).

Оппозиционная пара: прямая номинация *бедствовать* – эвфемизм *не жить на широкую ногу*.

Несмотря на все реформы и модернизации последних лет, работники наших библиотек по-прежнему, **мягко говоря, не шикуют** (Труд; 26.09.2012).

Оппозиционная пара: прямая номинация *бедствовать* – эвфемизм *не шиковать*.

На ипотеку или съемную квартиру денег нет (у нас с мужем зарплата, **мягко говоря, скромная**) (Ветеран; 03.08.2010).

Оппозиционная пара: прямая номинация *низкий* – эвфемизм *скромный*.

А сегодня у врачей зарплата, **мягко говоря, невысокая** (Аргументы и Факты; 30.03.2011).



Оппозиционная пара: прямая номинация *низкая* – эвфемизм *невысокая*.

Итак, подведем предварительные итоги. Метаязыковые высказывания, включающие эвфемизмы, выступают как сигналы точек социального напряжения. Выделенные темы, смягчаемые эвфемизмами, показали, что главным объектом оценки и критики является сам человек. Личные и социальные качества человека, его взаимодействие с другими людьми – этот спектр социальных тем является наиболее обсуждаемым в средствах массовой информации и требует от пишущего толерантного отношения к подаче материала. Из вышесказанного следует, что социальные оценки этой стороны жизни и языковые способы, с помощью которых создаются эти мнения, ждут специального изучения.

### СЛОВАРИ

РСС – Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / Российская академия наук. Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова / под общ. ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 1998.

Сеничкина Е. П. Словарь эвфемизмов русского языка. М.: Флинта: Наука, 2008.

СОШ – Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / РАН; Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. 4-е изд., доп. М.: ООО «А ТЕМП», 2013.

ТСИС – Толковый словарь иноязычных слов / под ред. Л. П. Крысина. 2-е изд., доп. М.: Рус. яз., 2000.

### ЛИТЕРАТУРА

Болотнова Н. С. Гармонизация общения и теория регулятивности художественного текста // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации: Коллективная моногр. / Отв. ред. Н. А. Купина и О. А. Михайлова. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 2004. С. 445–454.

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 2002.

Прохоров Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение. 3-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2007.

Соловьев В. С. Чтения о Богочеловечестве. СПб.: Азбука, 2000.

Шмелев Д. Н. Эвфемизм // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ф. П. Филина. М.: Советская энциклопедия, 1979.

Шумарина М. Р. Метаязыковая рефлексия в фольклорном и литературном тексте: автореф. дис. ...канд. филол. наук. М.: Моск. пед. гос. ун-т, 2011.

**Тримайлов А.П.**  
соискатель УрФУ

### **СРЕДСТВА ДИАЛОГИЗАЦИИ В РЕЧИ ВЕДУЩИХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ НА РАДИО**

Речевой облик современных СМИ представляет большой исследовательский интерес. За последние 20 лет в телевизионных и радиопередачах наблюдаются различные изменения: от форматов программ до вектора отбора и реализации средств языка, которые используют журналисты для общения с массовым адресатом.

Одним из частных случаев таких изменений является процесс интеграции разговорной речи в теле- и радиоэфир. «Происходит своеобразная диалогизация социальной жизни общества. Резко возрастает удельный вес устной публицистики, она становится более импровизированной, раскованной и эмоциональной» [Стернин 2000: 5]. И. А. Стернин выделяет ключевые процессы, которые затронули речь СМИ в середине 90-х годов XX века. В их числе «орализация», «плюрализация» и «персонификация». Ведущим является процесс диалогизации, направленной на активизацию контакта [Там же].

Интенционально заданной и основной является коммуникативная стратегия [См.: Иссерс 2003] долгосрочной обратной связи с адресатом, способствующая формированию целевой аудитории.

Диалогизация стала основной тактикой контакта с адресатом в «современных СМИ, независимо от способов передачи информации» [Рабенко 2014: 50]. Один из приемов диалогизации – повышение роли адресата в процессе коммуникации. С одной стороны, это связано с формированием общественного запроса на диалог, а с другой – с возрастающей ролью технических средств, которые повышают пространственность и эффективность диалогического общения. Оба эти фактора определяют развитие интерактивных форм речевого взаимодействия «я-говорящего» и «ты-слушающего», ориентированных на партнерство между ведущим и слушателем [Кормилицына 2012: 222].

Диалогизация общения, в свою очередь, влечет за собой изменение важных «параметров протекания устных форм массовой коммуникации: создается возможность непосредственного обращения говорящего к слушающим и обратной связи слушающего с говорящим» [Земская 1996: 12].

В качестве материалов для данного исследования использовались записи эфиров радиостанций «Серебряный дождь» (Москва) и «Камеди Радио» (Москва). Радио «Серебряный дождь» является «информационно-развлекательной радиостанцией», которая предоставляет «качественный информационно-аналитический и музыкальный продукт» для «активных, самостоятельных и обеспеченных людей» [www.silver.ru]. «Камеди Радио» – разговорная юмористическая радиостанция, в эфире которой также звучит популярная зарубежная музыка. Свою аудиторию радиостанция обозначает так: «мужчины в возрасте до 35 лет с доходом средним и выше среднего» [www.gpmradio.ru].

Цель исследования – выявить основные средства диалогизации, которые применяются ведущими в процессе общения с аудиторией, а также рассмотреть примеры непосредственного диалога между ведущими развлекательных радиостанций и их слушателями.

Современные технические средства предоставляют широкие возможности для ведения диалога между ведущим и слушателями. До сравнительно недавнего времени – конца 90-х годов XX века – основным каналом подобной коммуникации выступали телефонные и почтовые средства связи. Они обеспечивали контакт продолжительностью до нескольких минут. Позднее в эфире развлекательных радиостанций стала широко использоваться пейджинговая связь, предполагающая отправку коротких сообщений от слушателей ведущему. Это дало возможность ведущим устанавливать контакт с большим числом слушателей. Продолжительность коммуникации при этом сократилась. Во многих случаях она ограничивается только двумя репликами: репликой слушателя и ответом ведущего. При этом инициатива коммуникации принадлежит слушателю.

С распространением Интернета (в том числе, мобильного Интернета) перечень используемых средств связи значительно увеличился. Для общения с аудиторией ведущие используют Twitter, Instagram, социальные сети (Вконтакте и Facebook), мессенджеры (WhatsApp и Viber), а также SMS-сообщения. Последние два канала связи удобны еще и тем, что позволяют принимать сообщения на

один телефонный номер. Благодаря этому у ведущего появляются возможности тонко отслеживать настроение аудитории и оперативно на него реагировать, что в свою очередь способствует созданию эффекта живого общения.

Повышение роли диалога на радио произошло в связи со смелой формы собственности радиостанций. По мнению О. Р. Арслановой, «именно тип собственности во многом определяет информационную политику и позиционирование станции. Государственная монополия на вещание исчезла» [Арсланова 2009: 47].

Первые негосударственные радиостанции информационного вещания начали свою работу в 1991 году. Известный пример – радио «Эхо Москвы», которое завоевало большую популярность благодаря прямым включениям с улиц Москвы во время событий августа 1991 года [[https://ru.wikipedia.org/wiki/Эхо\\_Москвы](https://ru.wikipedia.org/wiki/Эхо_Москвы)]. Тогда возник новый для советского слушателя формат вещания: ведущие активно призвали аудиторию к общению; в эфире принимались телефонные звонки; журналисты брали интервью у горожан на улице; в студии озвучивались полярные мнения, наблюдался процесс «плюрализации общения» [Стернин 2004].

С появлением развлекательных радиостанций (например, в Москве это были «Монте Карло», «Серебряный дождь», в Екатеринбурге – «Радио Трек», «Радио Си») степень диалогизации эфира возросла. Постепенно сформировалась традиция интерактивности, предполагающая включение слушателей в коммуникацию с помощью проблемных вопросов, приема музыкальных заявок, призывов писать письма и отправлять сообщения. В интервью со звездами эстрады значительная часть вопросов стала принадлежать слушателям радиостанций, которые выступали как соавторы интервьюера. Например (здесь и далее используются следующие сокращения: В – ведущий, С – слушатель, Г – гость в студии. В случаях присутствия соведущего используются сокращения В1, В2 и т.п.):

*В: Нужно ли знать ноты/ для того чтобы играть на-а-а/ м-м/ терменвоксе/ или достаточно слуха?/ спрашивает Дмитрий//*

*\*\*\**

*В: А мы не договорили/ потому что вон и вопросы к вам//*

*Г: С удовольствием//*

*В: Много от слушателей от наших// Приходите/ через месяцок// Мы вас ждем снова//*

*(Радио «Серебряный дождь», программа «Что-то хорошее», эфир от 17.01.2013)*

Важной становится позиция говорящего, что проявляется в активном включении в диалог личностного компонента, выражении субъективного отношения к проблеме, субъекту речи и теме беседы. Активно употребляется оценочная лексика.

*В: Выглядит удивительно/ Евгений пишет/ Эрика Баду хорошо играла на своем концерте на данном инструменте/ Я была на том концерте/ знаешь/ это выглядит очень зрелищно// Вот/ может быть он не так сильно был использован в самой музыке/ но начало/ это было/ конечно/ какое-то скретчевое/ начало было красивым//*

*(Радио «Серебряный дождь», программа «Что-то хорошее», эфир от 17.01.2013)*

Процесс усиления личностного начала речи или «рост индивидуальной неповторимости личностного дискурса» [Стернин 2004: 12] получил название персонификации общения.

Задача радиостанции – формирование аудитории под определенный запрос. В свою очередь, сама целевая аудитория – это совокупность социальных характеристик, формирующих абстрактный портрет «усредненного» радиослушателя. Фактор адресата влияет на многие качественные параметры содержания эфира развлекательных радиостанций. В первую очередь это касается ценностных, в том числе музыкальных, предпочтений. Дополнительно формирование целевой аудитории происходит за счет выбора темы общения: способов раскрытия темы, подборки новостей. Важную роль играет участие в общении приглашенных собеседников. Специально отбираются этикетные средства общения, в том числе, обращения к слушателям. Особое значение имеют тропы и фигуры, включенные в реплики.

Основной интенцией радиоведущего является создание непринужденной и комфортной атмосферы для слушателей, а также удержание контакта в границах отведенного времени. Данная цель достигается в процессе реализации коммуникативных ролевых обязанностей «Я-говорящий» – «Ты/Вы-слушающий», соблюдения прав и обязанностей каждого из участников речевой коммуникации. Повышение «удельного веса» устной разговорной речи в радиоэфире игра-

ет роль «раствора», который позволяет адаптировать информацию под целевую аудиторию и активизировать процесс взаимодействия с ней. «Тем самым ведущий сближает публичную речь с узусом целевой аудитории, речевыми привычками и языковыми компетенциями, создает комфортную атмосферу общения и настраивает слушателя на непринужденный диалог» [Андреева 2002: 48].

Стоит отдельно рассмотреть пример, в котором ведущие «Камеди Радио» обсуждают в прямом эфире серьезную международную политическую новость.

*B1: Ну и президент Гамбии конечно/ да/ и геополитика тоже//*

*B2: Это круто!//*

*B3: Президент Гамбии Яйя Джамме/ отменил результаты выборов/ которые он проиграл/ Вот// Он сказал/ что голосование прошло с серьезными нарушениями/ давайте еще раз попробуем// Напомню/ что Яйя Джамме/ как вы все помните/ пришел к власти в результате переворота в девяносто четвертом году/ вот/ и тут он случайно проиграл своему конкуренту/ на первых демократических выборах за последние/ э-э-э/ двенадцать лет в стране// И/ э-э-э/ после тщательного изучения решил отменить//*

*B2: Ну это круто!// Он устроил выборы/ а потом отменил последнее действие//*

*B1: Контрол зэд/ контрол зэд!//*

*B3: Чувак сделал свою жизнь виртуальной/ это здорово!//*

*(Радио «Камеди Радио», программа «Счастливые люди», эфир от 12.12.2016)*

Как видно из приведенных реплик, ведущие активно используют жаргонизированную лексику, ориентированную на молодежную аудиторию. Так, B2 употребляет ободрительную характеристику *круто*, которая определяется как «впечатляющий, яркий, оригинальный» [Молодежный сленг 2003: 325]. Следует отметить, что данное слово вошло в общеразговорную речь, но не потеряло жаргонной окраски. Сведущий B3 употребляет разговорно-сниженный стереотип *здорово* в значении «хорошо, замечательно, удачно» [БСРПР 2004: 233]. Привлекает внимание и употребление компьютерной лексики, известной молодежной аудитории: *Контрол зэд* – это транскрипция сочетания клавиш на клавиатуре («Ctrl» и «Z»), выполняющего отмену предыдущего действия.

Ведущие для своего обсуждения выбрали новость из Гамбии, что за счет стереотипного восприятия африканских стран как отсталых предоставляет больше возможностей для шуток на заданную тему. Таким образом, серьезная политическая новость подается как развлекательная. В отношении высокопоставленного руководителя страны используется характеризующий предикат *чувак* в значении «парень, молодой мужчина» [БСРПР 2004: 716], который отражает уравнивание говорящих с президентом, о котором идет речь. Сниженность является общей стилистической приметой данного диалога, что работает на молодежную аудиторию.

Чем более узнаваемым становится конкретный ведущий, чем более активно проявляется его личность в диалоге с аудиторией, тем больше он привлекает слушателей, располагает их на ответную реакцию, что положительно влияет на продолжительность контакта. В публичной речи возрастает личностное начало, и «безликая, безадресная речь сменяется речью личной, приобретая конкретного адресата» [Земская 1996: 12]. Происходит смена «языкового вкуса эпохи» [Костомаров 1999], за которой следует новый формат речевого поведения.

В результате анализа собранного материала нами были выявлены формульные сочетания, используемые радиоведущим развлекательной радиостанции в целях активизации интерактивного общения между ведущим и слушателями.

В ходе интервью слушателям предлагается присылать вопросы гостю прямого эфира. В результате диалог трансформируется в полилог – коллективное интервью:

*В: Слушатели/ дорогие/ присоединяйтесь// Вот цифры вам Мари произнесет/ можете прокомментировать что-то/ задать вопрос любимому коллективу//*

*(Радио «Серебряный дождь», программа «Что-то хорошее», эфир от 23.10.2013)*

Немаловажную роль играет синтагматика формул речевого этикета, обладающих разным стилистическим потенциалом [Формановская 2012]. В частности, ведущий использует призыв задавать вопросы своему гостю еще и для того, чтобы объявить свою соведущую (Мари). Обращает на себя внимание инверсивное расположение слов в формуле коллективного обращения («Слушатели/ дорогие»), кото-

рое обеспечивает большую выразительность словам ведущего. Также в данном примере реализуется формула передачи информации об эмоциональной близости, уверение в этой близости («дорогие»), формула призыва к совместной речевой полилогической деятельности, которая конкретизируется побудительными сочетаниями, открывающими формы диалогической кооперации: *Можете прокомментировать что-то/ задать вопрос.*

Широко используется технология опроса на определенную тему, предполагающего выражение слушателями личного мнения в виде текстовых сообщений или телефонных звонков.

*В: Друзья/ номер для смс десять двадцать пять// Представьте/ что у вас на работе снимается эротический календарь/ Чем бы вы прикрывали те самые места которые нельзя показывать?/ И напишите еще/ кем вы работаете/ Ждем ваши версии неадекватные//*

*(Радио «Камеди Радио», программа «ГутенМоргенФримен», эфир от 06.12.2016)*

Формула обращения *Друзья* интимизирует общение. Она сочетается с формулой призыва *напишите* и формулой уверения в информационной и коллективной важности ответных реакций. Поскольку обсуждаемая тема находится на грани этической позволенности, ведущий употребляет эвфемизм: *те самые места/ которые нельзя показывать.* Диалогичность обеспечивается также информацией о средствах контакта и предлагаемыми вариантами жанра ответных реплик.

\*\*\*

*В: Если подвести ма-а-аленький такой итог// готовы ли вы назвать свою дочь/ или сына/ каким-нибудь брендом/ производителем/ и за сколько?//*

*(Радио «Серебряный дождь», прямой эфир от 18.11.2016)*

Еще один способ интерактивного взаимодействия – призыв к слушателям, которые являются свидетелями некоего события (ситуация на дорогах, массовое мероприятие, погодные аномалии и т.п.), сообщать информацию определенного характера.

*В: Спасибо большое// Семь восемь три два нуля девяносто семь/ это наш автоответчик// Звоните/ рассказывайте/ что проис-*



*ходит на Московских дорогах// Ну/ и наверное/ делитесь/ пожалуйста/ маршрутами объездов//*

*(Радио «Серебряный дождь», программа «Что-то хорошее», эфир от 17.01.2013)*

В данном случае воздействующими являются формулы благодарности, просьбы, призыва, которые сопровождают конкретную информацию, содержащуюся в развернутой инициальной реплике.

Распространенной формой интерактивного взаимодействия является конкурс в прямом эфире, в ходе которого слушатели соревнуются в выполнении определенного задания и отвечают на вопрос в прямом эфире.

*В1: Оставайтесь с нами ребятки/ скоро вернемся и будем с вами играть в ...// Таки звоните нам/ Восемь восемьсот/ семь тысяч семьсот//*

*В2: Звонок бесплатный!/ Для вас это важно//*

*(Радио «Камеди Радио», программа «Счастливые люди», эфир от 12.12.2016)*

Интерактивность поддерживается формулой совместности *Оставайтесь с нами*, которая сочетается с дружеским обращением *ребятки*, передающим эмоцию расположения, взаимопонимания равных; формула призыва *Звоните нам* сопровождается шутливо-фамильярной вставкой *таки*, снижающей общую тональность дружеского общения.

\*\*\*

*В1: Я предлагаю нашим слушателям поучаствовать в этой программе// Вы знаете/ кто лучше/ интересней изобразит//*

*В2: Кто самый лучший терменвокс?//*

*В1: Да/ вот изобразите сами терменвокс в эфире «Серебряного дождя»// Приз/ билеты на спектакль//*

*(прим. Терменвокс – электромузыкальный инструмент)*

*(Радио «Серебряный дождь», программа «Что-то хорошее», эфир от 17.01.2013)*

Формуле совместности *наши слушатели*, которая выполняет функцию коллективного отношения, косвенного обращения, предше-

ствует формула призыва, заключенного в я-конструкцию. Обещание приза для победителя исходит от самого ведущего.

Раскрепощен призыв к голосованию, в ходе которого определяется победитель объявленного состязания:

*В: Восемь восемьсот/ семь тысяч семьсот/ Поддержи кандидата!// Или поддержи его вдвойне!//*

*(Радио «Камеди Радио», программа «Счастливые люди», эфир от 05.12.2016)*

Интимизирует диалог формула мы-отношения. Приведем пример общения с конкретным слушателем по телефону, которое представляет собой межличностное взаимодействие в прямом эфире:

*В1: Я хочу подключить нашего слушателя в эфир//*

*В2: Да-а/ да-да-да//*

*В1: И узнать/ как звучит терменвокс в исполнении/ например/ вас// Как вас зовут?// Добрый вечер!//*

*В2: Привет-привет!//*

*С: Але!//*

*В2: Ало! Да-да-да!//*

*С: Вы слышите меня?*

*В2: Слышим//*

*С: Меня зовут Сергей/ Это я тот самый Сергей/ который послал вам эсмэску//*

*В1: Как приятно//*

*(Радио «Серебряный дождь», программа «Что-то хорошее», эфир от 17.01.2013)*

Обращают на себя внимание формулы повышения статуса слушателя, который предстает как творческая личность, способная вызывать общественный интерес. Этикетные стереотипы приветствия (они варьируются), представления и самопрезентации (*тот самый Сергей, который*), формула удовлетворения (*как приятно*), стереотипы подтверждения контакта – все эти средства поддерживают дружескую тональность, создают необходимый для диалога эффект согласия, взаимопонимания. Отмеченные стереотипы в большинстве своем являются инициальными и употребляются в речи ведущего. Между тем слушатель также выступает как инициатор общения с ведущим и

другими слушателями. Как правило, этикетные реакции слушателей и их этикетные инициативы не нарушают коммуникативных норм. Вместе с тем в диалогах и полилогах встречаются как ожидаемые, так и неожиданные реакции.

Более подробного рассмотрения заслуживает тема использования двуреплик в речи ведущих, но она не затрагивается в данной статье.

Речь радиоведущего обращена к максимально широкой аудитории, то есть обезличена. Однако возможность непосредственного разговора с отдельным слушателем переносит массовую коммуникацию в плоскость межличностного общения. Интимизация речевого взаимодействия сближает радиослушателей, осознающих свое право на выражение особого мнения, личного участия в обсуждении отдельного вопроса, право на свободное самовыражение. Диалогизация общения способствует созданию целевой аудитории, «технологии интерактивного партнерства» [Купина 2016: 327] находит отражение в создании эффекта живого общения.

Интерактивное общение – характерная особенность современного медиа-пространства и одна из основных примет эфира современных развлекательных радиостанций. Анализируя перспективы диалогизации в массовой коммуникации, стоит признать определяющую роль диалога в привлечении и удержании внимания целевой аудитории.

Немаловажную роль в этом процессе играет отбор и реализация этикетных формул, эмоционально-стилистическая гармония реплик участников диалога. Описанные выше формы диалогизации позволяют выстраивать атмосферу непринужденного общения между радиоведущими и слушателями.

## ИСТОЧНИКИ

www.gpmradio.ru  
www.silver.ru  
ru.wikipedia.org

## СЛОВАРИ

БСРРРР – Химик В. В. Большой словарь русской разговорной речи / СПб.: Норинт, 2004.

Никитина Т. Г. Молодежный сленг. Толковый словарь. М.: ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ», 2003.

## ЛИТЕРАТУРА

- Андреева С. В.* Фатика в радиозфире (к вопросу об употреблении синтаксических единиц разного типа) // Филол. науки. 2002. № 6. С. 47–57.
- Арсланова О. Р.* Особенности современного информационного радиовещания в России // Вестник РУДН, серия Литературоведение. Журналистика. 2009. № 2. С. 45–50.
- Земская Е. А.* Введение // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М., 1996. С. 12–14.
- Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 3-е изд., стер. М.: Едиториал УРСС, 2003.
- Кормилицына М. А.* Стратегия партнерства и способы ее организации в современной газете // Русский язык сегодня. Вып. 5. Проблемы речевого общения. М., 2012. С. 222–230.
- Костомаров В. Г.* Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. Изд. 3-е, испр. и доп. СПб.: Златоуст, 1999.
- Купина Н. А.* «Малая пресса» Урала: стилистические приметы и аксиологические предпочтения // Стилистика сегодня и завтра: Материалы IV Междунар. науч. конф. М.: Факультет журналистики МГУ, 2016. С. 326–330.
- Рабенко Т. Г.* Фатика и средства ее реализации в радиозфире // Вестник Томск. гос. ун-та. Филология. 2014. № 3 (29). С. 50–59.
- Стернин И. А.* Социальные факторы и развитие современного русского языка // Теоретическая и прикладная лингвистика. Вып. 2. Язык и социальная среда. Воронеж, 2000. С. 4–16.
- Стернин И. А.* Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX века. Воронеж, 2004.

**Порозова И. Е.**  
магистрант 1 к. УрФУ

**ЖАНР ПУТЕВЫХ ЗАМЕТОК В АСПЕКТЕ КРАЕВЕДЕНИЯ**

Путевые заметки как жанр журналистики являются разновидностью путевого очерка. Главное сходство данных жанров заключается в их назначении. В отличие от аналитических жанров журналистики,

которые сосредоточены на социально значимых проблемах в стране и мире, цель путевых очерков и путевых заметок – показывать уникальность изображаемого места, прививать любовь к родному краю. В этом заключается социальный смысл жанров. Автор путевого жанра в ходе поездки собирает материал об объекте. Но «хороший путевой очерк не может быть простым перечислением или изложением всего, что автор увидел в течение своей поездки» [Тертычный 2002: 266]. Автор очерка должен отобрать самое важное и интересное, то, что соответствует его замыслу.

В сравнении с путевым очерком путевые заметки имеют специфику: «<...> они менее объемны по масштабу описания <...> перед автором не стоит задача целостного воссоздания картины действительности. Здесь, как правило, отсутствуют крупные вставные куски, способные раздвинуть границы изображаемого времени и пространства» [Ким 2004: 211].

Цель статьи – показать на примере путевых заметок А. Копырина, опубликованных в газете «Асбестовский рабочий» [См.: Копырин 2015], как воплощается социальный смысл жанра.

Композиция путевых заметок строится на изложении маршрута путешествия. А. Копырин рассказывает о том, как группа краеведов из Асбеста, Екатеринбурга и пос. Рефтинского отправилась на поиски водяной мельницы, информация о предположительном местонахождении которой была найдена в ходе изучения одним из участников экспедиции своего генеалогического древа. Рассказав эту предысторию, автор приступает к описанию своего путешествия, которое имеет заранее заданную цель – поиски старинного объекта. В основе повествования лежит пересказ маршрута, которому следовали члены краеведческой экспедиции: стартовали от пос. Золото, дошли до старой золотопромышленной фабрики, побродили вдоль берега реки Рефт и т.д.

Место для поисков мельницы было выбрано краеведами после изучения исторических документов и карт: *При работе в архивах екатеринбуржцев Вадим Осипов нашел документы, свидетельствующие о строительстве крестьянином Быковым на реке Рефт в 1841 году водяной мукомольной мельницы. К ним прилагался план участка реки Рефт с отмеченным местом под строительство.* Автор также упоминает картину, на которой была изображена искомая мельница, однако добавляет: *Или картина была нарисована с «небольшим авторским домыслом, или за полтора века рельеф реки из-*

менился, но высокого каменистого порога, с которого падает вода на картине, на местности не нашли.

Описывая маршрут поисков, журналист сравнивает то, что видит сейчас, с тем, как это выглядело раньше, и дает эмоциональную оценку изменениям. Так, он прибегает к сравнению, говоря о геологах: *зашли в чужой поселок и, как слон в посудной лавке, навели беспорядок*; рассказывает о том, как геологи вырубili лес, перепахали землю: *Под «нож» бульдозера попали и старые стволы шахт. Теперь всё засыпано. И хотя в свое время мы успели их сфотографировать, все равно грустно: очередная достопримечательность нашего района более чем столетнего возраста прекратила свое существование*.

Социальный смысл жанра проявляется в том, что А. Копырин поднимает проблему небрежного и равнодушного отношения к историческим памятникам района. Но всё же основное его внимание сосредоточено на объектах, которые имеют ценность для местной истории. Он называет разрушенные шахты достопримечательностью района и указывает их примерный возраст. Хотя эмоциональная оценка выражена автором довольно скупой (*грустно*), но этого оказывается достаточно, чтобы проникнуться чувствами автора и понять главную мысль путевых заметок: из-за неразумной человеческой деятельности территория района теряет свою уникальность, перестает быть интересной.

Иногда автор приостанавливает рассказ о ходе поисков и переходит к описанию осеннего пейзажа, который подчеркивает особую прелесть этого места, любованию автора родной природой. В таких фрагментах текста, как правило, наиболее часто встречаются изобразительно-выразительные средства. Например: *На излучине реки, с левой стороны – высокий скалистый берег с огромными соснами на вершине. Напротив, на крутом берегу – кустарники и березы. Всё это освещено яркими солнечными лучами. На гладкой поверхности реки – отражение разноцветных деревьев, освещенных солнцем*.

Далее автор рассказывает о том, что группа поисковиков прибыла на место, где, судя по картам, должна быть водяная мельница, и начала детальное изучение местности: *не только на суше, но и в воде исследователи ищут старинное сооружение, но не находят: оно либо разрушилось от старости, либо его снесли, чтобы не мешало сплавлять лес по реке. Поиски заканчиваются неожиданно: вместо старой мельницы члены экспедиции находят «таинственные» землянки, о*

существовании которых раньше не знали. Они, как говорит автор, станут поводом для нового краеведческого исследования.

Таким образом, рассказывая о шахтах, которые попали под «нож» бульдозера, о старинной мельнице, о неожиданно найденных землянках, автор делает акцент на значимости этих объектов для истории края, поскольку им уже более сотни лет, а значит, они могут рассказать нашим современникам, как здесь раньше жили люди. К сожалению, не все из этих сооружений удалось сохранить. Авторское сожаление по этому поводу неявно, без назиданий наводит читателя на мысль о необходимости уважительного отношения к объектам старины.

#### ИСТОЧНИКИ

*Копырин А.* Поиски мельницы 1841 года // Асбестовский рабочий. 2015. № 126–127.

#### ЛИТЕРАТУРА

*Ким М. Н.* Жанры современной журналистики. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.

*Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2002.

**Харитонов Ю. С.**  
магистрант 2 к. УрФУ

#### **ИМИДЖ ЖЕНЩИНЫ-ТЕЛЕВЕДУЩЕЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТОК-ШОУ**

Сегодня на площадке острых политических дискуссий появились женщины, которые наравне с мужчинами демонстрируют свою позицию, высказывают компетентное мнение. Авторитетность личности, сила убеждения и влияния на аудиторию напрямую зависят от имиджа медиаперсоны [Осетрова 2004: 12]. В основе имиджа лежит психологическая составляющая, потому что именно мотивы и установки личности диктуют внешние реакции человека. На психологической основе покоятся три других элемента: во-первых, *внешность*;

© Харитонов Ю. С.

во-вторых, *поведение*, включающее мимику, жесты, различные двигательные привычки и реакции; в-третьих, *речь* [Там же].

Цель нашего исследования – выявить особенности имиджа ведущей политических ток-шоу «60 минут» и «Вести.doc» (телеканал «Россия-1») Ольги Скабеевой. Дискуссионный формат телепередач, которые освещают общественно значимые события и участниками которых являются представители культуры и политики, определяет имидж ведущей, задает параметры, по которым этот имидж формируется.

*Внешность* является важной составляющей имиджа, особенно для женщины. Одежда несет многомерную информацию о его обладателе: о его финансовых возможностях; об эстетическом вкусе; о принадлежности к определенной социальной группе, профессии; об отношении к окружающим людям [Асадов 2010]. Одежда определяет коммуникативный успех или неуспех личности под влиянием психологического «эффекта ореола», который заключается в перенесении на содержание мнения о форме, т.е. в уверенности, что внешне привлекательный человек несет выгодное предложение и будет эффективным деловым партнером [Там же]. Ольга Скабеева придерживается делового стиля: брючные костюмы и платья лаконичного покроя в разнообразной цветовой гамме (преобладают черный, зеленый, голубой, синий, красный цвета) с яркими акцентами (яркие туфли, аксессуары, детали в одежде), макияж выбирается нейтральный, неяркий, волосы аккуратно уложены или собраны в косу или хвост. Телеведущая всегда выделяется на фоне своего соведущего Евгения Попова и приглашенных гостей, при этом оставаясь в рамках делового дресс-кода.





Как точно заметила Н. А. Купина, «не прощают женщине экстравагантностей, изменений внешнего облика, попыток казаться не такой, как все: всё это не сочетается с привычным образом скромницы и тихони <...>. [Некоторые] публичные замечания говорят о неотшлифованности имиджа той или иной женщины-политика, с одной стороны, о чрезмерно строгих требованиях к внешнему облику женщины, с другой» [Купина 2000: 57].

Не менее важным компонентом имиджа является *поведение*. Ольга Скабеева на протяжении всей передачи сосредоточена на своей основной задаче – быть регулятивом процесса дискуссии, управлять им. В соответствии с этой задачей ведущая выстраивает систему жестов, которые выполняют а) указательную функцию (направленное движение рукой на того, кто должен взять слово, на экран в студии); б) акцентирующую функцию (ритмические движения рук в такт интонационно выделяемым словам); в) изобразительную функцию (визуальная демонстрация слов, например очерчивание ореола военных действий на Донбассе в эфире от 30.01.17).

Немаловажное значение для журналистки имеет ее местоположение и перемещение в студии. Например, в самом начале передачи «60 минут» Ольга Скабеева находится в центре, представляя главную тему выпуска, затем передвигается ближе к одной из дискутирующих сторон. Ведущая нередко «смягчает», гармонизирует конфликтные ситуации, подходя к тому участнику ток-шоу, который наиболее агрессивен в своем речевом поведении. Сокращение дистанции, улыбка, прикосновение к руке – беспроигрышный вариант именно женского поведения в разрешении конфликта (иллюстрацией может служить фрагмент передачи «60 минут» с участием Владимира Жириновского от 29.11.16.).

*Речь* является особенно показательной составляющей имиджа. Е. В. Осетрова выделяет четыре компонента речевого поведения личности, чрезвычайно значимых для воздействия на адресата и аудиторию:

1) языковая культура, то есть знание языковой системы – кода [См.: Шмелева 1998: 3];

2) речевая культура, то есть владение общей коммуникативной и речевой стратегией, которая состоит в освоении правил речевого поведения, в знании норм письменного и разговорного этикета, в умении правильно «исполнять» разные коммуникативные роли;

3) способность учитывать разные коммуникативные обстоятельства (сферу и ситуацию, речевой жанр, адресата, пространство взаимодействия), без чего велик риск оказаться в «коммуникативном провале», потерпеть коммуникативную неудачу и не добиться поставленной цели общения;

4) речевая самостоятельность, то есть умение производить собственные оригинальные тексты, будучи максимально свободным от затверженных штампов и шаблонов, от необходимости «озвучивания» готовых речей [Осетрова 2004:15].

Речь Ольги Скабеевой отвечает всем этим качествам. Для ведущей важно выразить основной тезис предстоящей дискуссии сжато и точно и при этом актуализировать полемическую составляющую, чтобы заинтересовать и зрителей, и гостей. Ее высказывания логичны, кратки, не перегружены штампами и шаблонами. Например: *Сейчас вы видите акцию протеста, которая прошла в Петербурге. Фотографии сейчас на ваших экранах. У законопроекта, теперь закона, действительно, немало противников... Торжество демократии пороссийски: тут же отозвались те, кто против этого закона* (эфир от 27.01.17).

Ольга Скабеева, не нарушая коммуникативных норм, работает в уже закрепившемся за ней стиле «прокурора», пытается спровоцировать собеседника на определенные высказывания (эфир от 30.01.17):

*Ольга Скабеева: Давайте, знаете, с чем определимся, во-первых, не будем так громко говорить, потому что и так всё не плохо слышно, но очень важный вопрос. Возможно, нам показалось, но вот это свое европейское турне Порошенко начал на прошлой неделе. Он сначала посетил Эстонию, потом была Финляндия. Сегодня такой, своего рода, политический апогей: он сегодня высадился в Берлине, и аккуратно на прошлой неделе, и аккуратно на прошлой неделе началось наступление на Донбассе. Мы неслучайно в начале сказали, что это в известной степени, ну на самом деле, Вы поправьте меня, если я не права, очень похоже на своего рода почерк Порошенко: он когда куда-то отправляется, обязательно привозит фотографии похорон. Привез сегодня, вчера похоронили. Продемонстрировал Меркель. И обязательно, секундочку, и обязательно обострение на Донбассе. Ни «до», ни «после», аккуратно в преддверии визита, чтоб у него был такой, знаете, бэкграунд кровавый, увы, именно так.*

*Гость: Кто Вам сценарий писал?*

*Ольга Скабеева: Нам – сценарий?*

*Гость: Вот это, да.*

*Ольга Скабеева: Вы на вопрос ответьте. <...> Вы обиделись что ли?*

Речь ведущей сдержанна, но при этом не лишена выразительности и экспрессии. Примером служат реплики с использованием эпитетов, метафор и других выразительных средств: *торжество демократии по-российски* (эфир от 27.01.17); *Вы говорили про кровавую кашу, в которую втягивают Россию; бурная дискуссия; кровавый Асад* (эфир от 29.11.16), *с праведным гневом, самая грязная выборная кампания* (эфир от 9.11.16), *законодательный «брак»* (эфир от 27.01.17) и т.д. Ольга Скабеева нередко прибегает к иронии и сарказму: *Дональд Джон Трамп становится Президентом, триумфально, с перевесом, из-за которого в штабе Клинтон рыдали* (эфир от 9.11.16); *«Ракетный кол в сердце России», Вы посмотрите только; Украина – отчаянный геополитический игрок* (эфир от 3.03.17); *[«Liberty ball»] Мелания Трамп продемонстрировала свое третье платье за сутки* (эфир от 9.11.16) и др.

Таким образом, составляющие имиджа Ольги Скабеевой, обусловленные психологическими особенностями личности, характеризуют ее как уверенного и достаточно жесткого человека: она не позволяет перебивать себя, свободно вступает в дискуссию и прерывает ее; склонна к неоднозначным оценкам как поставленной в ток-шоу проблемы, так и участников (для зрителей во многих случаях остается тайной собственное мнение ведущей в контексте обсуждаемой проблемы), стремлению к поискам истины. Телекритики называют стиль Ольги Скабеевой «прокурорско-обличительным» и так комментируют ее манеру преподносить новости:

*Ирина Петровская (телеобозреватель и телекритик): "Это корреспондент спецназа. Последователь Мамонтова и прочих людей, когда нужно заколотить последние гвозди в крышку гроба. Где живой, правда, еще лежит человек. Тогда призывают так называемого корреспондента Скабееву. Я вот думаю, что в следующем репортаже она закричит уже "Смерть бешеным собакам" или что-нибудь в этом духе. Интонации к этому близки"* (источник: <http://echo.msk.ru>);

*Слава Тарощина (телекритик, обозреватель "Новой газеты"): «Только ее цельнометаллический голос способен выразить сложную гамму карательных оттенков – от легкого позвякивания наручников до мрачного перезвона кандалов. И если уж Скабеева оскорбленно*

сообщила о наглом смехе девушек во время чтения приговора, будьте уверены: мимо данного смеха не пройдет ни один канал";

*«Из последнего: репортаж на подступах к Хамовническому суду ведет корреспондент Ольга Скабеева, отличник боевой и политической подготовки. (В скобках замечу: когда ее слушаю, думаю о прокуроре Вышинском. Если б Андрей Януарьевич был дамой, то он, вполне возможно, говорил бы резким, напористым голосом Скабеевой)»* (источник: <https://www.gazeta.ru>).

Несмотря на поток критики в свой адрес, Ольга Скабеева на протяжении многих лет успешно ведет разные политические проекты на ТВ, сохраняет свои риторические особенности, которые выделяют ее среди других журналистов и привлекают телезрителей. Телеведущая создает образ «железной куклы путинского ТВ» – так однажды охарактеризовала телеведущую критик Ирина Петровская в эфире радиоканала "Эхо Москвы". Пример Ольги Скабеевой – ведущей телевизионного ток-шоу наглядно демонстрирует, что при обсуждении острых политических проблем женщина наравне с мужчиной может чувствовать себя уверенно.

## ЛИТЕРАТУРА

Асадов А. Н., Покровская Н. Н. Косалимова О. А. Культура делового общения: Учеб. пособие: [электронный ресурс]. 2010. Режим доступа: <http://uchebnikfree.com/obschenie-delovoe/kultura-delovogo-obscheniya-uchebnoe-posobie.html>.

Купина Н. А. Стереотипы в восприятии женщины-политика // Русская женщина – 3. От кухарки до музы: женщина в культуре. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. С. 57–65.

Осетрова Е. В. Речевой имидж: Учеб. пособие. Красноярск: Красноярск. гос. ун-т, 2004.

Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» 2000.

Шмелева Т. В. Культура речи: сборник статей и материалов. Великий Новгород: Новгородск. регион. центр развития образования, 1998.

# ЛЕКСИКОЛОГИЯ

Ван Вэньцзя  
аспирант УрФУ

## ЛЕКСЕМЫ *ССОРА* И *ССОРИТЬСЯ* В СЛОВАРЕ И РЕЧИ

В чем специфика ситуации ссоры и коммуникативного поведения ссорящихся людей? Для ответа на этот вопрос обратимся к материалам словарей, которые «следует рассматривать как первичные материалы, нуждающиеся в анализе» [Кузнецова 1989: 36]. В большинстве диахронных и синхронных толковых словарей лексема *ссориться* фиксируется как многозначная. Многозначное слово представляет собой как бы пучок нескольких значений, связанных друг с другом и реализующихся в различных типовых контекстах.

Согласно этимологическим данным, слово *ссора* связано с \*ссьора, родственным лат. *sermō*, что значит ‘разговор, беседа; диспут; молва’, наряду со \*sver- (свара)». Этот же корень имеют др.-исл. *svara* ‘отвечать’, англос. *andsvaru* ‘ответ’, англ. *answer* [См.: ЭСФ 1996: 741]. Следовательно, можно утверждать, что существительное *ссора* как и глагол *ссориться*, от которого оно образовано [НСС 2014: 452], номинируют коммуникативную ситуацию, в которой речевое взаимодействие, общение предстает как «экзистенциальное отношение, возникающее в процессе соответствующей деятельности двух и более индивидов» [См.: Кравченко 2003].

Сложность семной структуры позволяет включить глагол *ссориться* не только в группу глаголов межличностных отношений. Согласно выводам М. В. Фроловой, в значениях слов, обозначающих межличностные отношения, могут взаимодействовать несколько категориальных сем, поэтому в зависимости от того, какую из них считать основной, слова относят к разным лексико-семантическим группам [См.: Фролова 2008]. В значении анализируемых слов сочетаются категориальные семы ‘отношение’ и ‘речь’, на что указывают следующие компоненты толкования: «взаимная перебранка», «обмен взаимными упреками», «высказывать друг другу недовольство, препираться, браниться, ругаться» [См.: СОШ 2013: 706; СУ 2000: 471; РСС 1998: 50], «словесное выражение возникших противоречий» [СРМ 2014: 321]. «Большой толковый словарь русских существительных» относит глагол *ссориться* к группе глаголов речевого общения [БТСРС 2005: 208; 732; 295–296].

Национально-ценностная основа идеальных межличностных отношений – мир, лад, дружба, согласие. Ситуация ссоры демонстрирует отношения, противоположные идеальным: ссора несет *несогласие, разлад, размолвку, неприязнь, вражду*. Ср.: *Они в ссоре, т.е. не в ладах между собою; между ними натянутые отношения; они дуются друг на друга; дружба их расклеилась* [СД 1998: 307–308]. На ‘нарушение нормальных отношений’ в ситуации ссоры указывает «Новый объяснительный словарь синонимов русского языка» [НОССРЯ 2003: 800–801]. Поскольку всякие отношения имеют психологические основания, основаны на эмоциях (чувствах), что не может не найти отражение в оценке коммуникативного партнера, его личностных качеств и поведения, в толкованиях лексического значения анализируемых слов можно выделить сему ‘чувство / эмоциональное состояние’. Ссора возбуждает в людях отрицательные чувства и эмоции: *раздражение, недовольство, неприязнь, гнев, обиду*. Ср. компоненты толкования анализируемых лексем: «наличие неприязненных отношений» [ССРЯ 1970: 441–442]; «выражение недовольства друг другом» [ТСРЯ 2011: 934]; «Ссора всегда затрагивает чувства участников конфликта, ранит их. Ссорящиеся не просто горячатся и раздражаются, а испытывают взаимную обиду» [НОССРЯ 2003: 800–801]. В БТСРС слово *ссора* отнесено к группе «существительных, обозначающих эмоциональное отношение субъекта к окружающему миру». Его эмоциональное состояние может выражаться не только словами, но и жестами, поступками, всем поведением (даже непроизвольно). Добавим также, что основанием для возникновения негативных чувств и эмоций субъектов становятся некоторые «возникшие противоречия» [СРМ 2014: 321]. Эмоциональное состояние мотивирует ссорящихся людей противодействовать друг другу.

Глагол *поссориться* (сов. в.) исследователи относят к группе глаголов «прерывания контакта» [ТСРГ 1999]. Прерывание контакта, разрыв отношений в ситуации ссоры может быть временным или полным, до «глубокой постоянной вражды» [СРМ 2014: 321], субъекты *расходятся* и *не встречаются*. Временное прерывание контакта обычно заканчивается *примирением*, если ссорящиеся находят в себе силы к взаимному прощению.

Репертуар речевых действий ссорящихся достаточно разнообразен: они могут *пререкаются, препираться* [СОШ 2013: 706], *высказывать друг другу упреки, обвинения, недовольство, попрекать* [СРЯ 1984: 242], *браниться (ругаться)* [БТСРС 2005: 295–296], *спо-*

*рить / вступать в ожесточенный спор.* Вербальные действия *ругаться, браниться* имеют звуковую аранжировку: сопровождаются криком, повышением голоса, плачем. В сочетании с невербальными действиями, например *дракой*, ссора перерастает в *скандал*. В «Словаре эпитетов» находим атрибутивы, указывающие на интенсивность и накал эмоций субъектов: *с. бешеная, дикая (разг.), неистовая, остервенелая (разг.), сильная, страшная, неистовая, шумная, яростная, визгливая*.

Для того чтобы выявить, как анализируемые лексемы функционируют в устной речи, мы обратились к Национальному корпусу русского языка ([ruscorpora.ru](http://ruscorpora.ru)), электронной базе русских текстов. Выбранные контексты, представляющие собой текстовые фрагменты, в составе которых есть слова *ссора, ссориться*, позволяют задуматься о речевых стратегиях и тактиках, о национально-культурной специфике поведения в ситуации ссоры.

Ссора представляет собой диалогическое взаимодействие конфликтного типа, направленное на взаимное выяснение отношений. Минимальное количество ссорящихся – два: *я с тобой в ссоре; вы с ними в ссоре? Но вот опять я с милой в ссоре*. Ссоры случаются в семейном, дружеском, соседском, профессиональном микроколлективах между членами «своего круга»: *семейные ссоры; ссоры между соседями; когда люди / которые работали вместе / начинают ссориться* и др. Очевидно, незнакомые люди не могут поссориться – они могут *порушаться, повздорить*. Примеры подтверждают обобщения «Словаря русской ментальности» о социокультурных характеристиках ссорящихся: ссора – это «состояние разлада между *своими*» [СРМ 2014: 321].

На динамический характер ссоры как всякого коммуникативного события указывают маркеры начала и завершения действия: *начинаются конфликты и ссоры; потом пришел конец [ссоре]*. Обобщенно сценарное воплощение события ссоры с указанием его некоторых узловых моментов очерчено М. Ю. Федосюком: «Непременно явится сначала разногласие, потом пикировка, а там и настоящая брань» [Федосюк 1992: 33].

Ссора может инициироваться одним из участников намеренно: *Ссору / что ль / затеять хотите?* Его поведение фреймируется другим участником как вызов. Семантика глагола *затеять* указывает на замысел, осознанное намерение, желание предпринять какое-н. действие [ТСОШ 2011: 268]. Спонтанный характер ссоры обуславлива-

ется невозможностью контролировать чувства и эмоции: (разговор подруг при встрече) *То она начинает истерику / то оба заводятся // Ссорятся / мирятся. Чтобы завестись*, т.е. ‘начать волноваться, горячиться, спорить’ [ТСОШ 2011: 242], вспыльчивому, раздражительному человеку достаточно любого, даже самого ничтожного повода для ссоры. *Истерика* («приступ истерии, а также вообще громкие рыдания с криками, воплями» [ТСОШ 2011: 317]) – типично женская форма либо инициации ссоры, либо ответного реагирования. В основе гендерных стереотипов лежит прямая проекция представлений о влиянии полового фактора на поведение: в силу особой психологической предрасположенности женщины более склонны к ссорам и специфическому поведению в них [См.: Кушкова 2016].

В приводимом ниже примере ссора между невесткой и свекровью обусловлена социокультурными факторами: статусно-ролевые характеристики свекрови (возраст, кровное родство с мужем невестки, положение в доме) дают ей коммуникативное право на регламентацию поведения невестки:

[Ольга, жен.] *Женщина одна рассказывала. Жила она со свекровью. Как домой приходит / та пилит ее и пилит. После бесконечных ссор она чувствовала себя как тряпка. Когда...*

[муж] *Ты сама энергетический вампир!* [тихо]

[Ольга, жен, 29] *...она один раз пришла домой / пошла на кухню / села за стол и стала выжидать <...>Свекровь появилась на пороге кухни моментально / начала с ней ссориться / говорила / что та ничего по дому не делает и не умеет.*

Слова *дом, домой, кухня* маркируют типизированное место локализации ссоры между некровными родственниками. Гендерное пространство «часто используется для создания максимально обобщенных образов женских ссор» [Кушкова 2016: 206]. Причиной ссоры становится нарушение ролевых ожиданий свекрови в отношении невестки: она должна управляться с хозяйством, готовить, стирать и т.п., а эта *ничего по дому не делает и не умеет*. Чувство постоянного недовольства невесткой актуализирует типично женскую тактику речевого поведения: *пилить*, т.е. ‘беспрерывно упрекать, попрекать’ [ТСОШ 2011: 643]. Фреймирование ситуации ссоры позволяет невестке прогнозировать речевые и неречевые действия свекрови. Ее психологическая зависимость от свекрови и коммуникативная пассивность (*она чувствовала себя как тряпка*, т.е. перен. ‘бесхарактер-



ный, слабовольный человек' [ТСОШ 2011: 1005]) обуславливают затяжной, непрерывный характер семейного конфликта.

Текстовые фрагменты выявляют типичные причины ссор. Например, в семейной коммуникации – это пьянство одного из супругов: (Разговор подруг при встрече) *Блин / я же со своим развелась из-за того / что пил много <...> Вот так всё время из-за этого ссорилась / ссорилась / а потом пришел конец <...>.*

К ссорам приводит неумение терпеть недостатки ближнего, прощать, принимать его таким, какой он есть: (муж, 1954) *Просто у нас обнаружилась разница в характерах. Всё чаще наши разговоры делались неестественными и пустыми <...>;* [Юрий Зыков, муж] *<...> Ссоры из-за чего порой бывают? Терпения не хватает <...>* [Я выберу путь... (Златоуст). Д/ф из цикла «Письма из провинции»].

Бытовые неурядицы – типичная причина ссор между соседями: (Интервьюер, жен) *А какие там обязанности были?* (Респондент, жен, 81) *Следить за чистотой / чтобы не ссорились <...>* [Биография (беседа лингвиста с информантом) // Архив Хельсинкского университета, 1997–1998]. Ссоры часто возникают на пустом месте, случаются из-за ерунды: (Костя, муж) *Что с тобой / солнышко? Малыш / давай не ссориться из-за всякой ерунды <...>.*

Выбор формы конфликтного поведения в ссоре определяется социокультурными и психологическими особенностями людей: одни используют обценную лексику, скандалят, другие – допускают незначительные, но достаточные для фреймирования ссоры действия. Ср.:

*[Надежда Павловна Ш., жен] <...> Никогда матом не ругались/ не сквернословили. Если мы там/ конечно/ ссорились/ где-то там немножко на гро... ээ на повышенных тонах это делали. <...>* [Рассказ об истории семьи // Из коллекции Казахстанского филиала МГУ, 2012]

Ссора обостряет коммуникативное напряжение конфликтантов, что непроизвольно отражается на их речевом поведении, например ведет к повышению громкости речи, крику, брани, ругани: (Анжела, жен) *<...> А придет под утро / то я на него накричу / то он начнет выступать. Вот так всё время из-за этого ссорились <...>* [Разговор подруг при встрече]. «Повышенный тон», с одной стороны, может считаться одним из прагматических средств отрицательного эмоционального воздействия на партнера по коммуникации и явным сигнала-

лом раздражения; с другой – обладает свойствами, сходными с «ка-тарсисом» – психологической разрядкой, приносящей душевное очищение [См.: Жельвис 2001: 35].

Ссора выбивает людей из привычного, нормального жизненно-го ритма, изменяет их психологический тонус: [Алеша, Павел Баршак, муж, 23, 1980] *Тогда... я скажу / что я с тобой в ссоре / я объявлю / что я расстроен / я безутешен / я оглушительно несчастлив / я уязвлен! Сейчас же миришь со мной! <...>* [Алексей Учитель, Авдотья Смирнова. Прогоулка, к/ф (2003)]

Проинтерпретируем психологическое состояние субъекта ссоры. *Быть расстроенным* значит испытывать ‘неприятность’, ‘душевную боль’, ‘печаль’, ‘грусть’; *быть уязвленным* – значит чувствовать себя ‘оскорбленным, глубоко обиженным’ [ТСОШ 2011: 1043]. Оценочные слова *безутешный* и *несчастливый* указывают на утрату душевного равновесия. Чтобы его обрести, следует примириться. Русские люди осознают важность общекультурной установки на примирение: *Не надо сердиться / не надо ссориться / не стоит того, чтобы ссориться*. Они исходят из презумпции мирного сосуществования с другими. Избегание ссоры поддерживает психологический баланс отношений между партнерами коммуникации. Для этого требуются взаимные осознанные уступки:

[Надежда Павловна Ш., жен] *Нет/ нет/ или уходили сразу из комнаты/ я/ допустим/ ну/ я помолуже/ естественно/ не она/ а я че-нибудь как психанула/ или шо-то мне не понравилось/ шо-то не так – значит/ я ушла там/ допустим/ из комнаты/ потом замолчала/ поду-лась и всё это/ возвращалась.*

[Валерия А., жен] *Да лучше вот так/ действительно/ уйти/ остыть/ а потом уже...*

[Надежда Павловна Ш., жен] *Да. У нас было/ да/ вот правильно ты говоришь/ нужно как-то взять себя в руки/ остыть/ и потом уже осознать уже/ как говорится/ на трезвую голову/ что ну/ не надо так/ оно/ может быть/ и не стоит того/ чтобы ссориться. <...>*

[Надежда Павловна Ш., жен] <...> *Если что-то где-то не так – всё/ она на меня обиделась – она замолчала/ я шо-нибудь там – я замолчала.* [Рассказ об истории семьи // Из коллекции Казахстанского филиала МГУ, 2012]

В данном фрагменте выделяются глаголы и глагольные обороты волеизъявления, формирующие тактику избегания ссоры: *замолчать*,

*осознать, остыть, взять себя в руки*, [действовать] *на трезвую голову*. Рассмотрим их толкование в словаре: *остыть* – ‘успокоиться, перестать сердиться, волноваться’ [ТСОШ 2011: 581]; *замолчать* – ‘перестать говорить, кричать, издавать какие-н. звуки’ [ТСОШ 2011: 264]; *взять себя в руки* – ‘сдерживая свои чувства, проявлять самообладание, успокаиваться’. *На трезвую голову* – ‘в трезвом состоянии’ [Мокиенко, Никитина 2007: 670]. Здравомыслие, трезвение как способность держать под контролем свои чувства и мысли является решающим фактором для затухания ссоры. Кроме того, согласно общекультурной конвенции, уступить в ссоре должен тот, кто моложе (я помоложе/).

Постоянное нарушение психологического баланса отношений между коммуникантами указывает на глубокие противоречия между ними: [Анжела, жен] <...> *Ссорятся / мирятся. Там такая каша. Он говорит / что ее не любит. Не хочет даже видеть.* [Разговор подруг при встрече // Из коллекции НКРЯ, 2007]; [Алексей, Александр Коршунов, муж, 1954] <...> *Мы ссорились всё чаще/ всё чаще ее не окazyвалось дома* [Юрий Казаков. Голубое и зеленое // «Старое радио»]. Результат семейной ссоры – временный / окончательный разрыв отношений между супругами.

Анализ показывает, что лексемы *ссориться, ссора* имеют сложную семантическую структуру, указывая на нарушение привычных межличностных связей и отношений между людьми, сопровождаемое экспликацией отрицательного эмоционального отношения и побуждающее к вербальным и невербальным противодействиям, результатом которых становится прерывание контакта. Реальное общение демонстрирует обусловленное социокультурными и психологическими факторами разнообразие схем коммуникативного поведения в ситуации ссоры.

## ИСТОЧНИК

<http://www.ruscorpora.ru/>

## СЛОВАРИ

БТСРС – Большой толковый словарь русских существительных: Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы. Под ред. Л.Г. Бабенко. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2005.

Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских поговорок. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2007.

НОССРЯ – Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. Под общ. рук. академика Ю. Д. Апресяна. М.: Школа «Языки славянской культуры», 2003.

РСС – Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений. Том III. РАН Ин-т рус. яз.; Под общ. ред. Н.Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 1998.

СД – *Даль В.* Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. Т. 4. М.: Рус. яз., 1998.

СОШ – *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка: 8000 слов и фразеологических выражений. Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. М.: ООО «А ТЕМП», 2013.

СРМ – *Колесов В. В., Колесова Д. В., Харитонов А. А.* Словарь русской ментальности. В 2 т. Т. 2. П–Я. СПб.: Златоуст, 2014.

СРЯ – Словарь русского языка: В 4-х т. Т. 4. С–Я. АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. М.: Русский язык, 1984.

ССРЯ – Словарь синонимов русского языка: в двух томах. гл. ред. А.П. Евгеньева. Л.: Изд-во «Наука», 1970.

СУ – Толковый словарь русского языка. Том IV. Под редакцией Д.Н. Ушакова. М.: ООО «Издательство АСТ», 2000.

ТСОШ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2011.

ЭСФ – *Фасмер М.* Этимологический словарь русского языка: В 4 т. Т.3 (Муза – Сят). СПб.: Терра – Азбука, 1996.

## ЛИТЕРАТУРА

*Жельвис В. И.* Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира. Издание второе, переработанное и дополненное. М.: Ладомир, 2001.

*Кравченко А. В.* Что такое коммуникация? Очерк биокогнитивной философии языка [Электронный ресурс] // Прямая и непрямая коммуникация. Саратов, 2003. Режим доступа: <http://www.sgu.ru/structure/philological/linghist/sbornik-zhanry-rechi/materialy-vypuskov/pryamaya-i-nepryamaya-kommunikaciya>.

*Кузнецова Э. В.* Лексикология русского языка: Учеб. пособие для филол. фак. ун-тов. М.: Высш. шк., 1989.

*Кушкова А. Н.* Крестьянская ссора: опыт изучения деревенской повседневности: по материалам европейской части России второй по-

ловины XIX – начала XX века. СПб.: Изд-во Европ. ун-та в Санкт-Петербурге, 2016.

*Федосюк М. Ю.* Средства отрицательного эмоционального воздействия на адресата в русской речи // Русский язык. 1992. Vol. 46. № 153/155. С. 23–34.

*Фролова М. В.* Функционирование глаголов межличностных и социальных отношений в произведениях русской литературы 20-х годов XX века: на материале текстов А. П. Платонова и М. А. Булгакова: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008.

**Кужемратова К. С.**  
магистрант 1 к. УрФУ

## **ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ В РОМАНЕ В. ПЕЛЕВИНА «S.N.U.F.F.»**

Виктор Пелевин – известный современный писатель-постмодернист, вошедший «в литературу как фантаст» [Лейдерман, Липовецкий 2003: 501]. Индивидуально-авторская картина мира В. Пелевина роднит его с постмодернизмом в философском взгляде на мир, в «тотальном неприятии социума и всего человеческого жизнеустройства в его современных формах» [Богданова 2004: 301].

«S.N.U.F.F.», десятый роман Пелевина, изданный в декабре 2011 года, относится к жанру антиутопии. Для данного жанра характерно «изображение опасных, пагубных и непредвиденных последствий, связанных с построением общества» [Муравьев 1987: 29]. Антиутопия возникла как жанр, оппозиционно противопоставленный утопии, эпическому изображению идеальной модели будущего, вымышленной картины идеального жизненного устройства. Антиутопия выполняет при этом роль «необходимого динамического корректива утопии, всегда несколько статичной и замкнутой» [Там же]. Авторы антиутопий изображают жизнь в наиболее драматическом ракурсе как социальную или техногенную катастрофу.

По сравнению с фантастикой, антиутопия рассказывает о реальных и легко узнаваемых вещах. По мнению Н. А. Купиной, «Пелевин, как и его предшественники, в своих футурологических прогнозах не отрывается от социокультурного контекста современности

<...>, в центре внимания писателя – уходящая корнями в реальное настоящее история болезни страны и мира» [Купина 2015: 385–386]. Антиутопия использует фантастику с целью дискредитации мира, выявления его абсурдности, враждебности человеку.

Характерным явлением для антиутопии является окказиональная номинация. Суть ее в том, что явления, предметы, процессы, люди получают новые имена. Для В. Пелевина основной чертой его идиостиля является усложненная языковая игра с ономастическими единицами, которые создаются на основе аллюзий и ассоциаций, зависящих от культурной и языковой компетенции читателя.

Имена собственные у В. Пелевина как наиболее яркий языковой аспект его творчества заслуживают пристального внимания. Это обуславливает цель нашей работы – дать общую характеристику пласту окказиональной и узуальной ономастической лексики, которая используется в романе. В художественном произведении имя собственное, раскрывая свой изобразительный потенциал, получает терминологическое название *поэтоним*, который функционирует в тексте как неотъемлемый его компонент, вступая в смысловые отношения с другими элементами текста [Фомин 2009: 57]. Материалом для тематической классификации имен собственных, используемых в романе Виктора Пелевина «S.N.U.F.F.», явились 249 лексических единиц.

Писатель в своем романе моделирует бикультурный мир будущего, который образован двумя странами: *Уркаиной* и *Бизантиумом*. Обратимся к характеристике внутренней формы данных поэтонимов.

События романа разворачиваются в постапокалиптическом мире, в котором остались только две страны – *Уркаина* / *Уркаганат* / *Уркланд* / *Оркланд* / *Уркаганатум* и висящий над ней искусственный гигантский шар *Бизантиум* / *Биг Биз*. Бизантиум населяют люди, а Оркланд – орки, или урки. В роли рассказчика выступает боевой летчик *Демьян-Ландульф Дамилола Карпов*.

В окказиональных топонимах, номинирующих страны, заложен смысл, определяющий главный конфликт романа. Название страны, в которой живут люди, имеет два варианта, дополняющих друг друга. *Бизантиум* – русская транслитерация английского Byzantium (Византия). Ассоциативная связь с опорой на Византию как сильное централизованное государство, империю, средоточие богатств, роскоши и великолепия, поддерживается вторым вариантом *Биг Биз*, в переводе с английского языка означающим «большой бизнес». Переключка эпох Средневековья и современности создает образ государства, ко-

торое призвано управлять миром. Индивидуально-авторская манера создания новых слов у В. Пелевина интересна тем, что у читателей или исследователей творчества писателя постоянно возникает множественность трактовок внутренней формы его окказионализмов, во многом заложенная самим автором. См., например, еще одну этимологию топонима *Бизантиум*: «Биз – сокращенное от бизнеса, а антиум, точнее Антиум, греческий город, основанный сыном Одиссея и Кирки, приют этрусских пиратов. Метафора весьма наглядна: большой пиратский бизнес» (Т.Лестева. Olrs.ru).

В произведении всё пространство делится на верх и низ. Бизантиум находится сверху, а Уркаина – внизу. Противопоставленный Бизантиуму топоним-окказионализм *Уркаина* образован на базе узнаваемого корня, поскольку жителей, населяющих страну, называют урками. Словари, фиксирующие номинации разговорной речи, отмечают стилистическую маркированность лексемы: «Урка – жарг. крим. Уголовник, профессиональный вор» [Химик 2004: 638]; «Уркаган – не одоб. жарг. усил. к Урка» [Там же]. В. Пелевин использует жаргонное слово *урка* и его производные для представления Уркаины как воровского государства. Постоянное манипулирование двумя языками – русским и английским – приводит к образованию конкурирующих топонимических вариантов: *Уркаина* / *Уркланд* / *Уркаганатум*. Фонетическая переключка номинаций *Уркаина* – *Украина* подчеркивает окраинный (периферийный) характер страны, а номинация *Уркланд* позволяет интерпретировать топоним как страну урков. Вариативность номинаций связана также с авторским сближением урков и орков (постмодернистская отсылка к Толкиену), объясняемым в романе конкурирующими фонетическими вариантами: «уканьем» и «оканьем». Отсюда еще один вариант – топоним *Оркланд*.

Анализ двух поэтонимов романа показывает, что Биг Биз – грядущий осколок современного Запада, а Оркланд – прообраз вневременной России.

Весь роман В. Пелевина насыщен образной сферой окказионального ономастикона, усложненной многоступенчатой языковой игрой, основанной на богатейших ассоциациях. Рамки статьи не позволяют провести словообразовательный анализ всех поэтонимов, поэтому в следующей части нашей работы мы остановимся только на тематической классификации имен собственных, встречающихся в романе, без обращения к анализу внутренней формы.

Мы выделили одиннадцать групп имен собственных, встречающихся в данном романе.

К первой группе относятся **топонимы** (77 единиц), понимаемые в широком смысле как «собственное имя любого географического объекта» [Подольская 1978: 135]. Внутри возможно деление на несколько подгрупп: а) названия частей и сторон света: *Европа, Северная Европа, Запад, Восток; Евразия* (топонимы данной подгруппы – узусальные номинации, получающие в романе ассоциативное приращение смысла); б) названия государств: *Ацтлан, Сибирская Республика, Америка, Бразил, Ацтланский офишар, Бразильский офишар, Britannia, Ниппо* (древняя страна), *Царство Шэнь, Ямато, Мексицо, Цхина, Америца, Еврайх, Халифат, Карфаген, Белгравия, Палестина, Индия, Бизантиум, Биг Биз, Уркаина, Украинский Уркаганат, Оркланд*; в) названия городов: *Оркская Слава* (столица Оркланда), *Слава, Лондон, городок Нетерпил, Бронкс, Тоскана, Париж, Неаполь, Нью-Йорк, Москва, Лос-Анджелес, Иерусалим, Петербург, Нижние Говнищи, Флоренция*; г) названия водных объектов: *Гольфстрим, Темза, Балтийское море, Черное море*; д) названия внутригородских объектов: *Желтая Зона, Зеленая Зона, Курган Предков, Биг Бен, Эйфелева башня, Музей Истории Снафов, «VERTU»* (ресторан), *«BI GBEN»* (ресторан), *Музей Предков, Цирк, Большой Цирк, Хранилище Древних Фильмов, Уркаганатум Просрум, Палатка Героев, Партизанские Сады, Ворота Победы, Уркская Гордынка, Музей Технологий, Манхэттен, Аллея Славы, Алкалла*; е) название острова: *Капри*; ж) гелоним – «собственное имя любого болота, заболоченного места» [Там же: 43]: *Болото Памяти*; з) оронимы – «собственное имя любого элемента рельефа земной поверхности (положительного и отрицательного), т.е. любого орографического объекта» [Там же: 104]: *Резиновые Горы, Тибетское Нагорье, Камышовая Яма, Лазурный Берег, Великая Пустыня*; и) комоним – «собственное имя любого сельского поселения» [Там же: 66]: *Шлюдянко*.

Вторую группу образуют слова, связанные с **теонимом** – *божеством Маниту* (35 единицы). В список данной группы входят лексемы-синонимы: *Маниту Будда, Маниту Антихрист, Маниту Шива, «Manitou», MACOSOFT* (одно из древних имен Маниту); субстантивные словосочетания с лексемой *Маниту*, в которых теоним стоит в позиции родительного падежа: *Резерв Маниту, Дом Маниту, Прописи Маниту, Лик Маниту, Свет Маниту, Тело Маниту*; производные единицы: *Манитуизм, Верхний Манитуизм*; лексемы, семантически связанные с исходным словом: *Матриархия, культ Второго Машиаха, Свет Вселенной, Мувизм, Палийский Канон и Евангелие от*



*Варравы, «Маниту в Славе» (икона), Святые Виды, Первый Машиах – Менахем Мендел Шнеерсон, Кецалькоатль, Вселенные Воскресения, Земной образ Великого Духа, Путь вещей, Второй Машиах – Семен Левитан, Звезда Смерти, «Слово о слове», Сингулярное, Angelus (молитва); Инь–Гегельянь.*

Третья группа состоит из **антропонимов** (60 единицы), разделенных на несколько подгрупп:

а) имена выдающихся и знаменитых людей (20 единиц): *Канадский Дикий Человек, профессор Мориарти, Мегатрон, духовный вождь Северной Европы пророк Мухаммад, Алан Тюринг, Деннет, Чалмерс* (поэты, называемые в романе сомелье), *Станиславский, Бернар Мопассан* (морьяк), *Наполеон, фельдмаршал Кутузов, Бин Ладен, граф Даку, Гитлер, Вагнер, маршал Жгун, Блейк* (древний поэт), *Николя-Оливье Лоуренс фон Триер* (актер), *Элизабет-Натали Мадонна де Аушвиц* (актриса), *Иван Правый Руль*;

б) имена правителей (12 единиц): *Уркаган, император Тиберий, Хорхе Кровавый, Авгуру Джэгенерал, Просры, Проср Ликвид, Проср Солид, Рваны, Рван Дюрекс, Рван Визит, Рван Контекс, Дран Латекс*;

в) имена людей и орков (28 единиц): *Иван-Ив Гандон Карамазов, Андрей–Андре Жид Тарковский, Хама, Давид-Голиаф Арафат Цукербергер, Трыг, Блут, Алена–Либертина Тхедолбриджит Бардо, Зигги, Жран, Дрын, Грыж, Дуля, Дрюк, Хрюл, Шпыр, Хрол, Трух, Морд, Жлыг, Хорь, Грым, Хлоя, Демьян–Ландульф Дамилола Карпов, Хмыр, Таня, Гбен Мабуту, Бернар –Анри Монтедь Монтескье, Смотрящий по Шансону.*

К четвертой группе относятся **идеонимы** – «названия предметов духовной культуры» [Там же: 198] (25 единиц). Среди них мы выделили следующие подгруппы: а) названия песен: *«Из этой ж...ы х...й уедешь», «Е...л я родину такую», «Пупарас Трыг – Мое Сердце прыг», «Песни Древнего Детства»*; б) названия скульптур, памятников архитектуры: *«О»* (статуэтка), *Великая Стена, «Великая Мать Урков»* (скульптура); в) названия фильмов, клипов: *«Джамбул при МИ-666», «Звездные Войны», «Титаник», «Орское Мясо Rare»* (предвоенный клип); г) названия журналов, книг, стихотворений: *«Урел», «Сарынь», «Свободная Энциклопедия», «Дао Песдын»* (книга гаданий), *«Песнь орка перед битвой», «Геккон на Церковной Спастике»* (стих), *«Мертвые Листья»* (книга); е) название картины: *«Четыре всадника Апокалипсиса»*; ж) названия передач и программ телевидения: спецвыпуски *«Якцо завтра війна»*, программа *«Урк-*

ские Звезды», «S.N.U.F.F.», передачи «За Фасадом Тирании», «Общественное Мнение».

Пятую группу образуют **хрононимы** – «собственное имя отрезка времени» [Там же: 162] (3 единицы): *эпоха Древних Фильмов, Древние Времена, Эра Насыщения*.

К шестой группе относятся **номинации войн, битв, событий** (6 единиц): *Священная Война номер 216, Священная Война № 221, Большой Взрыв, последняя Победа, Ватерлоо, Большое Обжорство*.

Седьмая группа – **эргонимы**, собственные имена «делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [Там же: 166] (13 единиц): *дыб-триэт «Лес Три»* (музыкальная группа), *«Петух Духа»* (спецподразделение ударных дискурсмонгеров), секта *Сжигателей Пленки, CINEWS INC* (корпорация, снимающая новости и снафы), персональная виртостудия *«DK v-arts&all»*, партия *«Зеленые СС»*, новостной канал *«B INSIDE B»*, Департамент Культурной Экспансии, Парламент, *Рыжие, Белые*, секта *«Свидетели Маниту»*, ГУЛАГ.

Восьмую группу образуют **прагматонимы** – «имена собственные, используемые для обозначения сорта, марки, товарного знака» [Там же: 113] (13 единиц): *М-витамины*, бутылка *«Liquid Diamond»*, *«Трыг-комплект»*, мопеды *«Уркаина»*, *«100% Аутентичный Натуральный Оркский Пошив, в Черном и Белом вариантах»*, гель *«Ярость Афродиты»*, телефон *«Vertu»*, камеры *«Хеннелора»*, *«Hennelore- 25»*, *«Sky Pravda»*, *«Правда»*; духи *«Ancient Serpent»*, *«Human Touch»* (экологический бренд).

К девятой группе относятся **слова, связанные с сурой** (кибернетической резиновой куклой) (7 единиц): *Кая, Нирвана, SM-сура*, опыт под названием *«Китайская Комната»*, режим *«Облако Нежности»*, режим *«Дездемона»*, специальный SM-субжанр *«сквозь прицел»*.

Десятая группа состоит из **астронимов** (5 единиц): *Вселенная, Земля, Солнце, Небо, Луна*.

Одиннадцатую группу составляют **документонимы** – собственные имена «отдельного (важного для народа или народов) документа» [Там же: 56] (4 единицы): *«Свидетельство Славы»*, *«О защите Защитника»*, *Индивидуальный Нестираемый Номер, новый Закон*.

Отдельную номинацию составляет **фалероним**, «название знака отличия, ордена» [Там же: 197]: *Красный Крест с Коронками и Конопляными Листьями (награда)*.

Виктор Пелевин – мастер окказионального словотворчества. Представленная тематическая классификация имен собственных, используемых в романе, показывает, что креативной доминантой писателя является высокий уровень игры со словом, который требует соответствующего уровня интеллекта и эрудиции читателя.

## СЛОВАРИ

*Хилик В. В.* Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. СПб.: Норинт, 2004.

*Муравьев В. С.* Антиутопия // Литературный энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1987. С. 29–30.

*Подольская Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1978.

## ЛИТЕРАТУРА

*Богданова О. В.* Постмодернизм в контексте современной русской литературы (60–90-е годы XX века – начало XXI века). СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2004.

*Купина Н. А.* Linguistic Catastrophism in the Work of Viktor Pelevin // Russian Literature. Vol. 77/3 (2015). P. 383–405.

*Лейдерман Н. Л., Липовецкий М. Н.* Современная русская литература 1950–1990-е годы. М.: Академия, 2003.

*Фомин А. А.* Всегда ли «литературная ономастика» тождественна «поэтической ономастике» // Вопросы ономастики. 2009. № 7. С. 58–68.

**Сидоренко Е. Б.**  
магистрант 2 к. УрФУ

## ГЛАГОЛЬНЫЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МОТИВА «ДОСТИЖЕНИЕ» В СЦЕНАРИЯХ РОЛЕВЫХ ИГР ЖИВОГО ДЕЙСТВИЯ

Понятие «мотив» относится в литературоведении и лингвистике к числу дискуссионных. Термин *мотив* ввел в область фольклористики и литературоведения А. Н. Веселовский. Теорию мотива в отечественном литературоведении развивали такие ученые, как В. Я. Пропп, О. М. Фрейденберг, Б. В. Шкловский, А. К. Жолков-

© Сидоренко Е. Б.

ский, Ю. К. Щеглов, Н. Д. Тamarченко, В. И. Тюпа, Е. М. Мелетинский и др.

Н. Д. Тamarченко, В. И. Тюпа дают следующее определение мотива: «Мотив – любая единица сюжета (или фабулы), взятая в аспекте ее повторяемости, типичности, т.е. имеющая значение либо традиционное (известное из фольклора, литературы; из жанровой традиции), либо характерное именно для творчества данного писателя и даже отдельного произведения» [Тamarченко, Тюпа 2004: 194].

Дихотомическая теория мотива (этот подход представлен в работах Н. Г. Черняева, Б. Н. Путилова, Н. Д. Тamarченко, А. К. Жолковского, Ю. К. Щеглова, Е. М. Мелетинского) основывается на представлении о том, что мотив составляют инвариантная структура (обобщенное значение) и вариативные репрезентации в реальных текстах. Такой подход позволяет исследовать семиотическую природу мотива.

Ряд исследователей мотива указывают, что «художественная мотивика не предметна, а предикативна» [Тюпа 1996: 45], что «способ называния мотива через предикативное слово сигнализирует об определяющем положении предикативного начала (и самого момента действия) в семантической структуре мотива» [Силантьев 2004: 85].

Мы рассматриваем мотив как существенный повторяющийся элемент сценария ролевой игры живого действия (далее РИЖД). РИЖД – организованное коммуникативное событие, где участник на добровольной основе действует в рамках роли, руководствуясь характером персонажа и внутренней логикой предлагаемых обстоятельств, причем участники совершают действия «вживую» в искусственно ограниченных времени и пространстве (не через интерфейс, как в компьютерных ролевых играх, не только через слова, как в настольных ролевых играх).

Структурообразующим для РИЖД является мотив «достижение». Достижение понимается как положительный (желаемый) результат и процесс приближения к этому результату (цели), причем обязательно связанный с усилиями субъекта. Достижение можно понимать и как процесс, и как результат, а также комплексно: как процесс, предполагающий результат.

Достижение целей – общая составляющая для всех игр, она существует еще до нарративного или визуального оформления игры, связана со структурообразующим для игр состоянием конфликта и выигрышем / проигрышем. Игровая система вынуждает игрока со-

вершать активные действия, которые позволят преодолеть искусственно созданные трудности и прийти к достижению цели, то есть выигрышу – в этом и состоит игровой процесс. Таким образом, игровой процесс можно описывать через набор действий, которые совершает игрок. Этот способ описания предлагается в работе «The Art of Game Design»: «Игра, где вы можете бегать, прыгать, стрелять, покупать, продавать, ездить и строить, будет иметь бо́льший потенциал к приращению смысла, чем игра, где вы можете только бегать и прыгать» (A game where you can run, jump, shoot, buy, sell, drive, and build is going to have a lot more potential for emergence than a game where you can just run and jump [Schell 2008: 86]).

Некоторые игры можно достаточно полно описать, назвав действие (или набор действий), которые совершают игроки. Подтверждением могут служить названия игр, представляющих собой отглагольное существительное, например, *догонялки* – «детская игра, в которой один из участников догоняет других» (набором простых действий, описывающих игру, будет «догонять», «убегать»); *прятки* – «детская игра, в которой водящий ищет спрятавшихся участников игры» [БТС 2000] (в этой игре нужно «прятаться» и «искать»); сленговые названия компьютерных игр типа *стрелялка*, *бродилка*.

Таким образом, описание глагольных репрезентаций мотива «достижение» в текстах сценариев РИЖД позволит не только изучить структуру сценария, но и получить представление об особенностях и потенциальных возможностях игрового процесса РИЖД.

При отнесении глагола к той или иной лексико-семантической группе мы опираемся на теорию Э. В. Кузнецовой [См.: Кузнецова 1989], словарь «Лексико-семантические группы русских глаголов» под редакцией Т. В. Матвеевой, «Толковый словарь русских глаголов» под редакцией Л. Г. Бабенко, а также «Русский семантический словарь» под редакцией Н. Ю. Шведовой.

Рассмотрено 15 сценариев РИЖД, в них выявлено 403 целеустанавливающих контекста. Представим краткую характеристику рассматриваемых игр. Игры «Кристалл власти», «Яхта», «Замок янтаря», «Новый год в НИИЧАВО» были созданы для внеклассной работы со школьниками. Они имеют простую структуру (построены на обмене предметами и информацией), небольшие по объему тексты, предназначенные для игроков. Сходная структура у игр «Хеллоуин», «У Старого колодца». Цели задаются списком, который обычно не предполагает неоднозначных толкований (исключение – цели некоторых персонажей игры «Замок янтаря»).

Игры «Наследство», «Аква-зона», «Цвет магии» предполагают, помимо взаимовыгодного обмена, более сложную работу с информацией: проведение расследования, восстановление на основе фрагментов информации полной картины события. Наиболее сложными в рассматриваемом нами материале являются игры «Трейс», «Миротворец», «Метро» и «Подменыши. Осень». В них отсутствуют списки целей, что дает игроку большую свободу в трактовке текстов игры и планировании игрового процесса. Игру «Подменыши. Осень» отличает то, что индивидуальные вводные персонажей построены не по одной схеме (как в других играх), а разнообразно (в форме перечня планов на сегодня, писем, от первого лица, от второго лица). Игра «Метро» дополнительно использует механику выборов путем голосования. В игре «Миротворец» задаются цели типа «Расскажи другим свою точку зрения», конфликт из-за разницы мнений составляет игровой процесс.

### 1. Глаголы со значением получения в свое распоряжение

Базовым глаголом этой группы является глагол *получить* в значении «взять, приобрести (искомое, должное)» [РСС 1998: 197]. Он относится к общим обозначениям деятельности типа «брать, приобретать, добывать». Глагол *получить* (*заполучить*) встречается во фрагментах, устанавливающих игровую цель, или в комментариях к цели во всех рассмотренных сценариях (49 примеров среди 403 целеустанавливающих контекстов). Например, получить игровой предмет:

*Получить амулет любви («Кристалл власти»).*

*Вы хотите получить чертежи, чтобы по ним у себя в лаборатории создать прибор и с его помощью покорить мир («Новый год в НИИЧАВО»); Если вы сможете получить этот камень – ваш цех возродится («У старого колодца»).*

*Получить определенное количество очков, исчисляемых игровых ресурсов, игровых денег:*

*...получить как можно больше денег (30–40 тыс. дол.), чтобы начать новую жизнь в Латинской Америке («Яхта»); Получить две точки оружия на материалы («Подменыши. Осень»).* Здесь «точки» – это игровые ресурсы, игровые очки.

*Получить информацию:*

*Получить максимум информации о талисмане («У Старого колодца»); Обнаружена очередная группа преступников. Цель – внедриться, получить доказательства, собрать максимум информации... («Трейс»).*

В исследуемом материале встречается глагол «завербовать» (2 примера), глагол «отыгаться» (1 пример), глагол «добыть» (5 примеров в двух сценариях), «заработать» (14 примеров), которые, согласно указанным выше словарям, относятся к той же лексико-семантической группе.

## 2. Глаголы поиска объекта

Глагол *найти* в значении «в результате поисков обнаружить, отыскать кого-либо, что-либо» [ТСРГ 1999: 564] (53 примера в 15 сценариях) встречается во всех рассмотренных сценариях РИЖД. В 3 случаях в этой позиции стоят глаголы *искать*, *поискать*. Например:

*Итак, ваши цели: – найти представителей американской разведки («Яхта»); Может, если вы сами найдете Амулет, то сможете стать столь могучей, что с вами никто не осмелится спорить? («У старого колодца»).*

*Вы начинаете тайно, чтобы никого не обидеть своими подозрениями, искать этих дублей с целью дальнейшего административного наказания их создателей («Новый год в НИИЧАВО»).*

Глагол «найти», означающий интеллектуальную деятельность (ср.: *найти решение проблемы*) не используется.

## 3. Глаголы со значением интеллектуальной деятельности

В РИЖД часто используются глаголы интеллектуальной деятельности со значением познания, понимания, проверки, выбора и другие. Целеустанавливающие контексты выявляют 21 пример, использования глагола *выяснить*, 23 примера использования глагол *узнать*. Например:

*Игровые цели: выяснить, что происходит в корчме («У старого колодца»); Тебе поручено, не считаясь ни с чем, выяснить, кто или что стоит за этим («Аквазона»); Посмотрим, может быть я смогу найти хакера, чтобы узнать, КТО приказал уничтожить Диану («Трейс»).*

Реже встречается глагол *разобраться*, в значении «вникнув в подробности, в особенности, понять, уяснить, определить для себя» (4 примера). Ср.:

*Ты приехал сюда, чтобы разобраться во всем этом. В первую очередь тебя интересует, насколько это несет опасность для метро («Метро»); Если я найду того, кто выделит мне своих агентов (за право прохода, например), то я смогу разобраться с этой тайной не отлучаясь с совета («Подменыши. Зима»).*



Цель может быть связана с выбором, для постановки цели используются глаголы *выбрать / выбирать*. Например: *Сейчас я могу выбрать школу и поступить в ученики к одному из магов («Цвет магии»)*.

Цель, связанная с выбором, часто ставится команде, некоторой группе игроков или всем участникам игры. Например: *Вам решать судьбу станции, вам выбирать нового патриарха или подтверждать полномочия старого («Метро»)*. Цель поставлена в общей вводной для группы игроков – обитателей станции, которой руководит Патриарх. Решение принимается путем голосования.

Глаголы со значением мышления, воображения для формулировки целей в РИЖД нехарактерны, так как не предполагают активных действий, имеющих яркие внешние проявления и направленных на других игроков.

#### 4. Глаголы со значением собирания

Глаголы этой лексико-семантической группы используются при постановке целей, связанных с накоплением определенного или как можно большего количества исчисляемых игровых ресурсов (выявлено 18 примеров):

Цель: *собрать как можно больше фишек жизни («Кристалл власти»)*.

*Итак, Ваша задача: собрать восемь заклинаний, т.е. узнать значение восьми карточных комбинаций («Замок янтаря»); Еще две смерти, два тела, две выпитых души – и я соберу достаточно сил, чтобы объединившись с Ирлой, создать заклинание той же силы, что могла бы дать полная черная школа («Цвет магии»)*.

#### 5. Глаголы со значением речевой деятельности

При постановке целей используются глаголы со значением речевого общения и речевого воздействия: *рассказать* (5 примеров в 2-х сценариях), *сообщить* (1 пример), *уговорить* (3 примера в 3-х сценариях), *просить / попросить / упросить* (8 примеров в 4-х сценариях), также однократно используются глаголы *обсудить, казать, объяснить*. Ср.:

*Наверняка он заломит высокую цену, но очень важно уговорить Николая и Линду купить всё, что он привез («Миротворец»); Выделить безопасный фригольд (Кларисс говорит что в осеннем фригольде будет опасно при вторжении, поэтому придется просить у других дворов) («Подменыши. Осень»); Если выяснишь что-то важное, нужно сообщить Хранителю («Зеркала силы»)*.



## 6. Глаголы действий по достижению цели

Базовый глагол этой подгруппы – *добиться* [См.: ЛСГРГ 1988: 56; ТСРГ1999: 381]. Глагол *добиться* в значении «приложив усилие, достичь чего-либо, получить что-нибудь» отнесен в группу глаголов со значением «собственно активного действия, деятельности, деятельностного состояния», подгруппу глаголов со значением «попытка, старание, усилие, преодоление, избавление» [См.: РСС 1998: 155].

Глагол «добиться» в РИЖД используется в связи с социальной деятельностью, моделированием переговоров, выборов, суда, разнообразных административных действий и встречается при формулировке целей (11 примеров). Ср.:

*Как бы там ни было, я должна найти убийцу своего отца и добиться справедливого суда («Цвет магии»); Главное добиться уважения у глав остальных дворов, чтобы они признали тебя правителем («Подменыши. Осень»).*

Глагол *добиваться* несов. в. и личные формы глагола «добиться» в исследуемом материале при постановке целей не используются.

Некоторые глаголы этой лексико-семантической группы (например, *стараться, пробовать* и их видовые пары) используются в сочетании с другим глаголом, причем действие, которое игрок должен совершать в игре, описывает второй глагол. Например:

*Если бы не эти чертовы собаки, поселившиеся там, можно было бы даже посмотреть и попробовать разобраться («Миротворец»); Ваши игровые цели: <...> расспросить новых людей о странствующем рыцаре, постараться узнать о его родственниках («У старого колодца»).*

В этих примерах действие, которое игрок будет совершать в игре, описываются глаголами *разобраться* и *узнать*, а не глаголами *попробовать, постараться*.

## 7. Глаголы со значением социальных отношений

Часто используются глаголы, относящиеся к подгруппам со значением «противодействия, конкурирования», на первый план выходит видовой глагол *мстить*, относящийся к подгруппе глаголов поступка (23 примера в 7 сценариях):

*Твоя задача помешать действиям главного инспектора, по возможности не раскрыв себя («Аквазона»); Игровые цели: <... > отомстить подлецу (игра «У старого колодца»).*

Также используется глагол *разобраться* (8 примеров) в значении «выяснить отношения путем спора, резкого столкновения

(прост.)» [РСС 1998: 549]: Ты видишь, что СЦК сделало с твоим идеальным миром – и хочешь разобраться с ними за это («Миротворец»).

При формулировке целей используются и глаголы влияния:

...следует как-либо образом убедить главу выигравшего двора провести ритуал в соответствии с моей версией («Подменыши. Осень»); Мне нужно встретиться с ним. Узнать, сможет ли его план сработать. Если да – просто встать на его место и подчинить систему себе («Трейс»).

Глаголы *помочь, помогать, оказать помощь*, относящиеся к подгруппе со значением помощи, используются при неявном формировании команд из двух-трех игроков для достижения общей цели (10 примеров):

*Задача – охранять Демину и помочь ему найти чертеж* («Новый год в НИИЧАВО»); ....*помочь Г. Кляйнкофу привести яхту в порт Сальватор* («Яхта»).

#### **8. Глаголы со значением межличностных отношений, подгруппа со значением контакта**

Выявлено 6 целеустанавливающих контекстов с включением глагола *договориться*: *Тебе стоит попытаться договориться с ней о том, чтобы гномы не остались одни перед лицом столь грозной опасности* (игра «Эльфийский бал»).

#### **9. Глаголы со значением отрицательного воздействия на объект**

Выявлено 3 примера использования глагола *уничтожить*, на пример:

*Цели: ...уничтожить Изумруд...* (игра «У старого колодца»).

#### **10. Глаголы движения или перемещения объекта**

Пример использования глаголов перемещения можно найти в игре «Яхта», где игрокам необходимо привести яхту в определенный порт (движение яхты моделируется перемещением флажка по карте): *Привести яхту в порт Сальватор. Обнаружить немецких ученых, завербовать их и доставить в порт Джорджтаун* (игра «Яхта»).

Обмен предметами или готовыми, заданными сценарием фрагментами информации – это основа, на которой строится РИЖД и тот необходимый минимум, который требуется, чтобы «запустить» игровой процесс. Существуют РИЖД, построенные исключительно на взаимовыгодном обмене (например, «Кристалл власти»). Обмену предшествует поиск игрока, обладающего нужным предметом или информацией. Также взаимовыгодный обмен предметами и инфор-

мацией является наиболее простым и распространенным способом установить первичный контакт между игроками. По этой причине глаголы со значением поиска и получения в свое распоряжение наиболее частотны при постановке целей, например глаголы, обозначающие различные действия с объектом (глаголы отрицательного воздействия на объект). Цель «воздействовать на объект определенным образом» также включает игрока в обмен предметами.

Игровой процесс РИЖД всегда предполагает взаимодействие с информацией. Для постановки целей такого типа частотны глаголы интеллектуальной деятельности. Роль игрока всегда предполагает нехватку информации, которую можно получить у других игроков в процессе общения. Информационная составляющая РИЖД может не выходить за рамки простого обмена информацией или поиска недостающих сведений (которые могут быть необходимы, например, для выполнения другой цели типа «получить предмет»). В таком случае цели задаются с помощью глаголов со значением познания, например *выяснить*, *узнать*. Цели РИЖД, которые предполагают не только восполнение недостающей информации, но и дальнейшую работу с ней, являются более сложными для игроков. Цели, требующие критической оценки информации, работы с противоречивой информацией, принятия решений в ситуации недостатка информации не входят в тот минимум, который необходим для запуска игрового процесса, поэтому они встречаются реже. Они характерны для игр с детективным сюжетом. Для постановки целей такого типа могут использоваться глаголы интеллектуальной деятельности со значением понимания, выбора и другие.

Глаголы речевой деятельности описывают основную деятельность игрока во время игры (речевое общение с другими игроками). Игровой процесс нередко предполагает обмен мнениями, спор, конфликт из-за различий во взглядах (а не из-за материальных или информационных ресурсов). В таких играх цели формулируются с помощью глаголов *рассказать*, *сказать*, *сообщить*. Они вынуждают игрока делиться своим мнением с другими участниками и провоцируют конфликт. Примером может служить игра «Миротворец».

Вообще, состояние конфликта является структурообразующим для игр, поэтому среди глаголов социальной деятельности преобладают те, которые описывают действия в состоянии конфликта.

Глаголы со значением помощи и глаголы со значением контакта используются в тех случаях, когда через постановку цели предпола-

гается сформировать команду из нескольких игроков для решения общей проблемы.

Глаголы движения или перемещения объекта характерны для игр, где участники осваивают некоторое географическое пространство (реальную местность или карту). Освоение географического пространства нехарактерно для ролевых игр с небольшим количеством участников, поэтому глаголы перемещения и глаголы движения в сценариях такого типа используются редко. Возможно, в сценариях более крупных (по количеству участников, по продолжительности, по территории) игр глаголы этой лексико-семантической группы используются чаще.

Таким образом, репертуар действий, которые игрок может совершать в ролевой игре, очень велик. Анализ показывает, во-первых, разнообразие конкретных форм реализации мотива «достижение», во-вторых, многогранность игрового процесса, который предполагает опыт физических действий и речевой деятельности, интеллектуальных усилий (анализа, принятия решения), активного социального взаимодействия (в ситуации конфликта, в ситуации сотрудничества) и межличностных взаимоотношений.

## ИСТОЧНИКИ

Абдульманов С. Игра «Трейс». Режим доступа: <http://game.openwork.ru/games>

Абдульманов С. Игра «Миротворец». Режим доступа: <http://game.openwork.ru/games>

Абдульманов С. Игра «У старого колодца». Режим доступа: <http://game.openwork.ru/games>

Абдульманов С. Игра «Цвет магии». Режим доступа: <http://game.openwork.ru/games>

Батурин А., Фрид М. Игра «Наследство». Режим доступа: [cabinetki.narod.ru/for-gamers.html](http://cabinetki.narod.ru/for-gamers.html)

Грознов С. Новый год в НИИЧАВО: Новогодняя сюжетно-ролевая игра для старшекласников по мотивам повести А.и Б. Стругацких. Серия «Новогодняя тусовка». Кострома, «Вариант», 1994.

Игра Аква-зона. Режим доступа: [rolport.ru/modules.php?name=Files&go=view\\_file&lid=100](http://rolport.ru/modules.php?name=Files&go=view_file&lid=100)

Игра Замок янтаря. Режим доступа: [https://summercamp.ru/index.php?title=Игры\\_ролевые](https://summercamp.ru/index.php?title=Игры_ролевые)

Игра Хеллоуин. Режим доступа: <http://game.openwork.ru/games>

Игра Зеркала силы. Режим доступа: [cabinetki.narod.ru/zerkala-all.html](http://cabinetki.narod.ru/zerkala-all.html)  
*Шляпкин Е. А.* Кристалл власти. Ижевск, 1992. Режим доступа: <https://summercamp.ru/index.php?title>  
*Крутько Л.* Игра Эльфийский бал. Режим доступа: <http://game.openwork.ru/games>  
*Холодилов А.* Павильонная коммуникативная игра «Метро». Режим доступа: <http://game.openwork.ru/metro.htm>.  
*Шадрин И. В., Милов А. М.* Игра «Подменыши. Осень». Из архива автора.  
 Яхта: коммуникативная ситуационно-ролевая игра для старшеклассников / Б. Куприянов, А. Илика ; под ред. С. Афанасьева ; худож. А. Афанасьев. Кострома: Вариант, 1995.

## СЛОВАРИ

БТС – Большой толковый словарь / под ред. С. А. Кузнецова. 2-е изд. СПб.: Норинт, 2000.  
 ЛСГРГ – Лексико-семантические группы русских глаголов. Учебный словарь-справочник / Э. В. Кузнецова, Л. Г. Бабенко, И. Т. Вепрева и др. ; под ред. Т. В. Матвеевой. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1988.  
 РСС – Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам значений и слов. Т. 4 / под ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 1998.  
 ТСРГ – Толковый словарь русских глаголов: Идеографическое описание. Английские эквиваленты. Синонимы. Антонимы / под ред. Л. Г. Бабенко. М.: АСТ-ПРЕСС, 1999.

## ЛИТЕРАТУРА

*Кузнецова Э. В.* Лексикология русского языка. 2-е изд., испр. и доп. М.: Высшая школа, 1989.  
*Силантьев И. В.* Поэтика мотива / отв. ред. Е. К. Ромодановская. М.: Языки славянской культуры, 2004.  
*Тамарченко Н. Д., Тюпа В. И. Бройтман С. Н.* Теория литературы. В 2 т. / под ред. Н. Д. Тамарченко. Т. 1. Теория художественного дискурса. Теоретическая поэтика. М.: Издательский центр «Академия», 2004.  
*Тюпа В. И.* Тезисы к проекту словаря мотивов // Дискурс. 1996. № 2. С. 45.  
*Salen K., Zimmerman E.* Rules of Play. Game Design Fundamentals. London : Cambridge : The MIT Press Cambridge, 2004.  
*Schell J.* The Art of Game Design: a book of lenses. Elsevier Inc., 2008.

Чэн Юйсяо  
аспирант УрФУ

## НОМИНАЦИИ КИТАЯ В РОССИЙСКИХ СМИ

В настоящее время Китай приобрел значительный политический вес на международной арене, и в российских СМИ увеличилось число публикаций о различных сторонах экономической, политической, социальной и культурной жизни Китая. При описании событий, связанных с Китаем, наблюдается разнообразие номинаций этой страны. «К средствам номинации относятся не только лексические единицы, но любые не подвергшиеся десемантизации элементы языковой системы, служащие для обозначения объектов, связей, качеств, отношений» [Гак 1977: 234].

Цель статьи – проанализировать номинации Китая, встречающиеся в российских СМИ за 2010–2015 гг. Источником материала послужили базы <http://www.ruscorpora.ru> и <http://russian.china.com/enterprise/magazine>.

Для обозначения Китая российские журналисты используют как первичные средства – прямые номинации, так и вторичные языковые средства – слова различной семантики. По мнению М. Э. Рут, «первичная номинация воплощает действительность в языковых формах, вторичная демонстрирует лексическое богатство и семантическую гибкость лексических единиц» [Рут 1992: 8].

Собранный нами материал позволил выделить несколько групп номинаций Китая, представленных в российских газетах.

Первая группа – прямые номинации, среди которых можно выделить две подгруппы.

А. Имена собственные – официальные обозначения страны, государства: *Подтверждая заявку КНР на роль в «первой скрипки» в глобальной экономике, агентство Синьхуа прокомментировало... «Китай обозначает курс вперед»* (Дыхание Китая, сентябрь 2016 года); *КНР – потенциальный региональный соперник США* (Зарубежное военное обозрение, 2004.07.26); *Китай не устраивает, что Apple недостаточно инвестирует в страну, используя ее как сборочный цех и рынок сбыта* (РБК Дейли, 2013.04.01) и т.д.

Нередко обнаруживается метонимическая замена названия страны номинацией ее столицы: *Пекин недоволен уровнем инвестиций Apple* (РБК Дейли, 2013.04.01.); *Эта экономическая «подушка безо-*

пасности» позволяет легче решать сложные политические проблемы, по которым Вашингтон и **Пекин** не всегда мыслят одинаково (Комсомольская правда, 2013.03.09) и др.

**Б.** Обобщенные названия, в качестве которых употребляются нарицательные существительные со значением самостоятельного государства, такие как *страна, держава, супердержава*. Например: крупнейшим кожевенным **странам** (Италия, Испания, Китай) сырья не хватает, и они все закупают его в России (Известия, 2013.08.05); Плюс рядом Пакистан, а дальше уже идут такие ядерные **державы**, как Индия и Китай (Известия, 2013.09.16); Концепция «Кимерики» появились в США в середине 2000-х, когда стало ясно, что Китай превращается в **супердержаву** (Комсомольская правда, 2013.05.18) и т.п.

**В.** Отдельную подгруппу составляют мифологические номинации Китая, связанные с историей древнего государства: Или шире об истории **Поднебесной**, которая была **Государство Дракона**, а стала опустевший, опустившийся кинотеатр (Известия, 2014.05.29); Китай сегодня – один из важнейших автомобильных рынков, так что многие компании приберегли свои новинки специально для **Поднебесной** (Известия, 2014.04.22); Квадратную землю пересекала черта, указывающая центральное место **Поднебесной империи** (Известия, 2013.02.10).

В древнейшей исторической книге «竹书纪年 (Чжу шу ти ни-ань)» сказано, что в третьем тысячелетии до н. э. главой всех племен в Китае являлся легендарный правитель и предок всех китайцев Хуан-ди. Он создал общий тотем – дракона, который стал символом императорской власти, и с тех пор император считается сыном дракона. По другой версии, император считался сыном неба, поэтому страну императора называли Поднебесной. Такие легенды до сих пор сохранились в сознании китайского народа и транслируются российскими СМИ.

Следующая группа – вторичные номинации, количество которых неизмеримо больше, потому что в их основе лежат метафорические признаки. По характеру метафорического признака здесь выделяются следующие подгруппы:

**Г.** Территориальный признак.

По географическому расположению Китай граничит с Россией, поэтому нередко встречается номинация *сосед*. Например, *Можно быть втянутым в чужой конфликт и заплатить высокую цену. Уве-*

рен, у тех стран эмоции уйдут и на замену придет спокойное мышление: Китай – **добрый сосед**, с нами мирно и дружно живет уже веками (Дыхание Китая, 2016.08.29); Россия в будущем будет жестокой. К этому ее вынуждает прежде всего грозный сосед – Китай (Известия, 2013.11.19) и др.

#### Д. Антропоцентрический признак.

В политическом дискурсе антропоморфный код используется особенно активно. Номинации Китая в российских СМИ отражают различные социальные роли этой страны в мировом сообществе. Так, Китай заметно проявляет себя в сфере экономики и торговли: *Профессиональные игроки на рынке золота оказались более сдержанными: свои покупки на открытом рынке увеличили в основном азиатские инвесторы* (Китай, Таиланд, Индия) (РБК Дейли, 2013.04.23). Активное участие Китая в экономических процессах подчеркивается лексемой *игрок*: *КНР, добившись заметного продвижения в области торговли, решила стать «игроком» и на поле политического модерирования* (Известия, 2014.04.10); *Куда дальше устремится Китай, превратившись в слишком крупного мирового игрока* (Комсомольская правда, 2013.06.20) и др.

Будучи серьезным конкурентом в мировом сообществе, страна вступает в юридические отношения, становится участником правовых процессов, и это находит отражение в номинации: *За два президентских срока Буша Китай был ответчиком или истцом в десяти двусторонних торговых спорах, которые рассматривала ВТО, а за пять с половиной лет у власти Обамы – в четырнадцати* (Известия, 2013.02.26).

Функция Китая как организатора мероприятия мирового масштаба представляется в СМИ ролью хозяина: *Почему нынешний хозяин саммита «Двадцатки» вдруг заскромничал?* (Дыхание Китая, 2016.09.21).

Особое место занимают номинации, отражающие оппозицию «свой / чужой»: *партнер, сторонник, союзник, друг, защитник, враг, конкурент, соперник, противник* и т.д. – так как они маркируют политические взаимоотношения государства с другими странами мирового сообщества.

В отношениях с Россией, Кореей, например, Китай представляется как «свой»: *Китай, несомненно, и далее будет увеличивать свое значение как торговый и экономический партнер России* (Известия, 2014.05.19); *Роль примирителя может сыграть Китай, до недавнего прошлого единственный союзник Пхеньяна* (Известия, 2013.04.18).



Напротив, отношения с США, Японией – это отношения конфронтации: *Главным соперником Америки в формирующемся многополярном мире в XXI веке является не Россия, а Китай* (Известия, 2013.11.15); *Главными противниками островного государства обозначены Китай и КНДР* (Известия, 2013.07.26).

Исследование показывает, что российские СМИ используют при описании Китая разнообразные названия этой страны – как прямые, так и переносные. Большое место в номинативном поле Китая занимают вторичные обозначения, в основе которых лежит антропоморфная метафора. Разнообразие номинаций создает сложный, многогранный образ этого государства, исследование которого является нашей перспективной задачей.

## ИСТОЧНИКИ

<http://www.ruscorpora.ru>

<http://russian.china.com/enterprise/magazine/>

## ЛИТЕРАТУРА

Гак В. Г. К типологии лингвистических номинаций // Языковая номинация. Общие вопросы / Под ред. Б. А. Серебренникова. М.: Наука, 1977. С. 230–293.

Рут М. Э. Образная номинация в русском языке. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1992.

Шашмурина Е. Л.  
студентка 4 к. УрФУ

## СЕМНАЯ СТРУКТУРА СЛОВА *ИМИДЖ* (по данным толковых словарей)

Категория «имидж» входит в понятийный аппарат различных наук: психологии, философии, социологии, экономики, политологии, культурологии и др. Популярность исследований этого феномена обусловлена его значением для профессиональной и личной успешности человека, его ролью в построении эффективных коммуникаций [См.: Блинова 2014]. Этим же обусловлено появление отдельной дисциплины, занимающейся данным феноменом, – имиджелогии.

Понятие имиджа в современном толковании сложилось в XX веке. Этимологически слово *имидж* происходит от английского «*image*», которое в исходном языке является многозначным и, в свою очередь, образовано от лат. *imago* «образ». Слово «*image*» в значении «образ» уже входило в русский язык в начале XX века только во французской огласовке «имаж»; именно оно лежит в основе нового для тех лет направления искусства – «имажинизма» [См.: Моторин 1994]. Имажинисты провозгласили победу самоценного образа над смыслом и идеей произведения [См.: СЛТБ], и этот смысл потенциально присутствует в современном значении слова *имидж*.

В толковых словарях английского языка выделены следующие лексико-семантические варианты существительного *image*: 1) образ, изображение, отражение (в зеркале); 2) изваяние, статуя (святого), идол; 3) сходство, схожесть, подобие, копия; 4) метафора, образ, риторическая фигура; 5) воплощение, олицетворение 6) *уст.* призрак, видение, привидение; 7) *разг.* представление (о чем-л.), идея, образ, концепция (чего-л.); 8) репутация, лицо, престиж; 9) *мат.* образ (функции), отображение [ABBYY Lingvo-Online]. Однако для русского языка *имидж* – это недавнее заимствование, и потому, как всякое новое слово, оно на первом этапе освоения является однозначным.

В русских толковых словарях представлены следующие дефиниции слова *имидж*:

- целенаправленно формируемый образ (какого-л. лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-л. в целях популяризации, рекламы и т. п.; индивидуальный стиль, облик кого-л. [НСИС 2006: 232];

- представление (часто целенаправленно создаваемое) о чем-н. внутреннем и внешнем облике, образе [ССИС 2000: 266];

- определенный образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературой, зрелищем или самим индивидом [СНИС 1995: 48];

- образ, мнение, представление, сложившиеся в обществе (или целенаправленно созданные) о каком-л. человеке, организации, товаре и т.д. [БТСРЯ 2014];

- (книжн.) сложившийся или намеренно созданный внешний образ, представление о ком-, чем-н. [РСС 2003: 184];

- (книжн.) сложившийся или намеренно созданный внешний образ, представление о ком-, чем-н., сам внутренний и внешний облик человека [ТСРЯ 2007: 297];

– (книжн.) представление о чьем-н. внутреннем облике, образе [ТСОШ 2013: 228];

– образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения, общения и т.п., способствующие воздействию на окружающих; целенаправленно формируемый образ кого-л. или чего-л., задача которого произвести благоприятное впечатление (в целях рекламы, популяризации и т.п.) [СТСРЯ 2006: 856];

Во всех использованных нами словарях слово *имидж* представлено как однозначное, однако в «Новом словаре иностранных слов» [НСИС], «Толковом словаре» под редакцией Н. Ю. Шведовой [ТСРЯ] и «Современном толковом словаре» Т. Ф. Ефремовой выделены оттенки значения.

Цель данной статьи – описать семную структуру слова *имидж*, представленную в толковых словарях русского языка.

Семы в лексическом значении организованы иерархически, и мы вслед за Э. В. Кузнецовой выделяем категориально-лексическую сему (далее – КЛС), которая отражает общее в значении семантической группы, обозначает класс объектов; дифференциальные семы (далее – ДС), которые уточняют, конкретизируют КЛС, создают индивидуальность слов, и коннотативные семы, выражающие дополнительные содержательные и стилистические значения: эмоциональные, экспрессивные, оценочные [Кузнецова 1982: 33–34].

Обобщив все дефиниции из привлеченных словарей и используя методы компонентного анализа и ступенчатой идентификации [См.: Кузнецова 1982: 36], мы определили, что в семной структуре слова *имидж* четко выделяются 3 КЛС: “образ”; “мнение / представление”; “стиль / облик”. Разнообразие ДС можно свести к следующим типовым признакам: “лицо”, “явление”, “предмет”, “внешность”, “поведение”, “отличающийся от других”, “оказывающий эмоционально-психологическое воздействие”, “производит благоприятное впечатление”, “с целью популяризации / рекламы”. Ряд ДС имеют вероятностный характер, являются «альтернативными лимитирующими семами» [Михайлова 2014: 105]: “сложившийся непроизвольно или созданный намеренно”; “широко известный или мало известный”; “внутренние качества или внешний облик”.

Таким образом, наши наблюдения показывают, что у слова *имидж* происходит расширение семантики, развиваются новые значения. И нам кажется возможным выделить в слове *имидж* следующие лексико-семантические варианты:

1. образ какого-либо явления, предмета или лица, сложившийся ненамеренно или намеренно созданный в обществе и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на окружающих в целях популяризации, рекламы;
2. представление, мнение о человеке, организации, товаре, обычно целенаправленно создаваемое в обществе;
3. индивидуальный стиль человека, отличающий его от других.

## СЛОВАРИ

БТСРЯ – Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова [электронный ресурс]. СПб.: Норинт, 2014. Режим доступа: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts>

НСИС – *Захаренко Е. Н., Комарова Л. Н., Нечаева И. В.* Новый словарь иностранных слов. М.: Азбуковник, 2006.

СТСРЯ – Современный толковый словарь русского языка. Т. 1 / под ред. Т. Ф. Ефремовой. М.: АСТ: Астрель, 2006.

РСС – Русский семантический словарь. Т. 3 / под общ. ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 2003.

СЛТБ – *Белокурова С. П.* Словарь литературоведческих терминов [электронный ресурс]. СПб.: Паритет, 2006. Режим доступа: [http://literary\\_criticism.academic.ru](http://literary_criticism.academic.ru)

СНИС – *Комлев Н. Г.* Словарь новых иностранных слов. М.: Изд. МГУ, 1995.

ССИС – *Крысин Л. П.* Современный словарь иностранных слов. М.: Рус. яз., 2000.

ТСОШ – *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. М.: ООО «А ТЕМП», 2013.

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2007.

Англо-русский словарь ABBYY Lingvo-Online [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lingvo.ua/ru>

## ЛИТЕРАТУРА

*Блинова Н. М.* Научные подходы к пониманию имиджа // Электронный научно-практический журнал «Психология, социология и педагогика» [электронный ресурс]. М., 2014. № 3. Режим доступа: <http://psychology.snauka.ru/2014/03/2887>

*Кузнецова Э. В.* Лексикология русского языка. М.: Высшая школа, 1982.

*Михайлова О. А.* Ограничительный компонент в семантике русского слова. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing, 2014.

*Моторин А. В.* Русский «образ», греческая «икона» и западный «имидж» // Икона и образ, иконичность и словесность: сб. ст. / ред.-сост. В. Лепахин. М.: Просвещение, 1994.

# ТЕКСТ. ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ

Бортников В. И.

канд. филол. наук, асс. каф. риторики и стилистики УрФУ

Ратегова О. А.

магистрант 1 к. УрФУ

## КОМПОНЕНТНЫЙ СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД СОПОСТАВЛЕНИЯ ЗВЕНЬЕВ ОСНОВНОЙ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЦЕПОЧКИ В РУССКО- И АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ВЕРСИЯХ НОВОСТНОЙ ЗАМЕТКИ<sup>1</sup>

Интернет-журналистика представляет собой «качественно новый культурный и цивилизационный феномен, представляющий собой деятельность по формированию и представлению информационных образов актуальности» [Быков 2003: 85]. Данный феномен в силу своей новизны еще нуждается в осмыслении, в том числе с функционально-стилевой стороны. Такое осмысление представляется возможным осуществить через категориально-текстовый подход.

Текстовая категория (ТК) – это «один из взаимосвязанных существенных признаков текста, представляющий собой отражение определенной части общетекстового смысла различными языковыми, речевыми и собственно текстовыми (композитивными) средствами» [Матвеева 2014: 669]. Современной лингвистике текста известно около десятка важнейших ТК, и каждая из них отражает определенное содержание. Например: тема (содержательное ядро текста), проспекция / ретроспекция (содержательные отсылки к тому, что будет / было сказано), тональность (субъективная оценка), темпоральность (категория текстового времени), локальность (категория текстового пространства), композиция (выделимость содержательных блоков) и др. [Матвеева 1990; Ицкович 2013; Бортников 2013; Купина, Матвеева 2016; Ефимова, Бортников 2016].

Данная статья посвящена реализации текстовой категории темы при переводе новостной заметки на интернет-сайте университета (на примере новостей сайта СПбГУ).

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке Отделения гуманитарных и общественных наук РФФИ, проект № 17-21-07002 «"Человек советский" в амбивалентной рецепции венгерской и русской гуманитаристики XX–XXI вв.».

Для анализа темы новостной заметки существенными являются следующие достижения современной лингвистики и стилистики текста:

1. Тема воплощается в тексте через посредство тематических цепочек, представляющих собой «непосредственные наименования предмета» (номинации) [Ицкович 2013: 52].

2. Публицистический стиль, или стиль массовой коммуникации, намного разнообразнее научного и официально-делового в средствах выражения [Солганик 1973: 22]. Характерно разнообразна и тематическая цепочка текстов данного стиля. «Базовой номинацией выступает имя собственное, причем базовая номинация может быть отодвинута далеко в глубь текста, в то время как первичной номинацией в заголовке может служить любая из дополнительных. Серии нулевых номинаций являются одним из выразительных языковых средств публицистического стиля» [Матвеева 1990: 84–87].

3. Публицистический стиль специализируется на информации, отобранной по критериям актуальности и новизны [Мамалыга 1983: 101]. Эта информация последовательно осмысливается, подается в оценочном освещении таким образом, чтобы воздействовать на адресата. Публицистическому стилю свойственно «совмещение объективно-логической, социально-оценочной и экспрессивной составляющих» [Купина, Матвеева 2016: 254], и это распространяется на все текстовые категории. Более того, экспрессивность – конструктивный признак публицистической речи [Матвеева 1990: 84].

4. Количество единиц в тематической цепочке публицистического текста во многом зависит от подстиля и жанра. В информационной публицистике состав номинаций намного беднее, чем в таких жанрах, как репортаж, очерк, интервью – все они богаты художественными приемами. При этом общий принцип разнообразия и чередования разных типов номинаций действует повсеместно. Отличие публицистических тематических цепочек от цепочек научного и делового стилей состоит, прежде всего, в наборе и расположении составляющих цепочки номинаций. «В публицистическом стиле образные номинации не только включены в состав цепочки, но нередко и выдвинуты на сильную позицию текста, например, в заголовок. В академическом научном и деловом стиле это невозможно» [Купина, Матвеева 2016: 254].

5. В публицистике при переходе на подтемы типичен переход с целого на часть, причем более конкретное обозначение может бази-

роваться на обобщенном. Также довольно типичен смысловой переход от явления к человеку, персонифицирующему это явление [Матвеева 1990; Купина, Матвеева 2016].

Категориально-текстовый инструментарий удобен для сопоставления оригинального и переводного вариантов одного и того же текста [Бортников 2013; 2014]. Как представляется, публицистический текст не является исключением. При этом интерпретация каждого отдельного англо-русского соответствия в тематической цепочке может осуществляться с применением компонентного семантического анализа – методики, активно применявшейся в научной школе Э. В. Кузнецовой [Кузнецова 1980; 1982; Михайлова 1997; Жданова 1997] и продолжающей применяться в современных работах [См.: Савченко, Бортников 2015].

Рассмотрим проявления категории темы в тематической цепочке новостной заметки сайта СПбГУ. Для анализа взят текст «Позиции СПбГУ взлетели в рейтинге Financial Times»/St. Petersburg University Skyrocketed in FT Master in Management ranking».

Тематическая цепочка «Андрей Костин/Andrey Kostin» (в скобках указаны номера строк в соответствующей подборке новостей):

Ø (47) – директор (Института «Высшая школа менеджмента» СПбГУ) (50–51) – Президент – Председатель (Правления Банка ВТБ) (51) – Андрей Костин (51–52).

I (38) – Andrey Kostin (40) – Director (of the Institute “Graduate School of Management” of St. Petersburg University) (40–41) – President-Chairman (of the Board, VTB Bank) (41–42).

Общее количество номинаций в данной цепочке совпадает: 4 в русском оригинале и 4 в переводе на английский язык. Есть 1 нулевая номинация в оригинальной тематической цепочке.

Здесь любопытным является название должности в номинации *Президент–Председатель (Правления Банка ВТБ)*, написанной через длинное тире. Данная должность встречается только среди должностей банка «ВТБ 24». Как сказано в Положении о Правлении ВТБ 24 (ЗАО) об обязанностях человека, пребывающего на данной должности: «Правление является коллегиальным исполнительным органом Банка ВТБ 24 (закрытое акционерное общество) (далее – Банк), осуществляющим вместе с единоличным исполнительным органом – Президентом-Председателем Правления Банка руководство текущей деятельностью Банка». Данное «Положение» находится в свободном доступе на сайте банка «ВТБ 24». Указанную должность перевели на



английский язык способом калькирования: *President – Chairman*. Слово *Chairman* действительно можно перевести как «председатель». Однако чем отличаются должности президента и председателя? В английском языке слово *президент* имеет значения ‘политический лидер страны, не являющийся королем или королевой’ и ‘человек, находящийся на высшей должности в какой-либо организации’. В русском языке наименование *президент* имеет схожие значения и трактуется как ‘глава государства в странах с республиканской формой правления’ и как ‘глава, руководитель, председатель учреждения или общества (офиц.)’.

Значение слова *председатель* в русском и английском языках понимается различно. В русском языке оно имеет следующие значения:

- 1) лицо, руководящее заседанием, собранием;
- 2) название руководителей некоторых учреждений, организаций или их отделов, органов;
- 3) официальное наименование главы правительства в разных странах.

В английском же языке данное слово не употребляется в последнем значении.

Таким образом, мы можем констатировать, что в данном случае человек, находящийся на должности *Президент – Председатель*, как возглавляет организацию, так и руководит собраниями и заседаниями в данной организации.

Более подробное разложение приведенных значений на отдельные семы – предмет особого изучения. Однако даже самое простое сопоставление каждого тематического звена в оригинале и переводе позволяет говорить о применимости метода компонентного семантического анализа к установлению их эквивалентности.

## ЛИТЕРАТУРА

- Бортников В. И. Державинская эпоха и перевод XVIII в.: категориально-текстовая идентификация одного эпического вступления как речевой партии поэта // Г.Р. Державин и диалектика культур: Материалы Междунар. науч. конф. Казань, 2014. С. 254–257.
- Бортников В. И. Текстовые категории как основание сравнения вариантов художественного текста // Вестник Пермск. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2013. № 2 (22). С. 75–85.

Быков А. Ю. Современная зарубежная журналистика. Конспект лекций. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2003.

Ефимова А. В., Бортников В. И. Измерение эквивалентности перевода договора при помощи его тематических цепочек // Лингвистика: от теории к практике: сборник статей III Межвузовской научно-практической конференции с международным участием. – Екатеринбург: УрФУ, 2016. С. 35–40.

Жданова О. П. Семантика глаголов поведения в культурологическом освещении // Русское слово в языке, тексте и культурной среде: сб. тр. памяти Э. В. Кузнецовой / под ред. И. Т. Вепревой. Екатеринбург: Арго, 1997. С. 186–194.

Ицкович Т. В. Категория темы в тексте жития // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2013. № 2 (18). С. 52–59.

Кузнецова Э. В. Лексикология русского языка. М.: Высшая школа, 1982.

Кузнецова Э. В. Русская лексика как система: Учеб. пособие. Свердловск: УрГУ, 1980.

Купина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка : учебник для бакалавров. М.: Издательство Юрайт, 2016.

Мамалыга А. И. Структура газетного текста. Киев: Вища шк.: Изд-во при Киев. ун-те, 1983.

Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990.

Михайлова О. А. О путях развития теории лексического значения // Русское слово в языке, тексте и культурной среде: сб. тр. памяти Э. В. Кузнецовой / под ред. И. Т. Вепревой. Екатеринбург: Арго, 1997. С. 7–21.

Савченко В. В., Бортников В. И. Компонентный анализ контекстов терминов в романе Р. Брэбери «451° по Фаренгейту» // Лингвистика: от теории к практике: сборник статей II Межвузовской научно-практической конференции с международным участием. – Екатеринбург: УрФУ, 2015. С. 106–112.

Солганик Г. Я. Синтаксическая стилистика (Сложное синтаксическое целое). М.: Высш. шк., 1973.

Бурова А. П.  
студентка 4 к. УрФУ

## ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ ТЕАТРАЛЬНЫХ БЛОГГЕРОВ: К ПРОБЛЕМЕ ВЫЯВЛЕНИЯ И ОПИСАНИЯ

Одно из оснований классификации современных блогов (и «живых журналов») – сфера общественной деятельности. Данная статья посвящена относящимся к сфере искусства блогам театров и кино, где блоггеры пишут комментарии и рецензии на различные постановки в театрах и на телевидении. В российском интернет-пространстве эти блоги только начинают появляться.

Целью данного исследования является выявление ценностных установок и предпочтений театральных блоггеров. Наиболее подробно были изучены блоги некоторых театров Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и Омска. Данные четыре города взяты намеренно в оппозиции «столичное – провинциальное» [См.: Купина 2016: 26] с целью исключить возможное влияние фактора зависимости театра от его месторасположения.

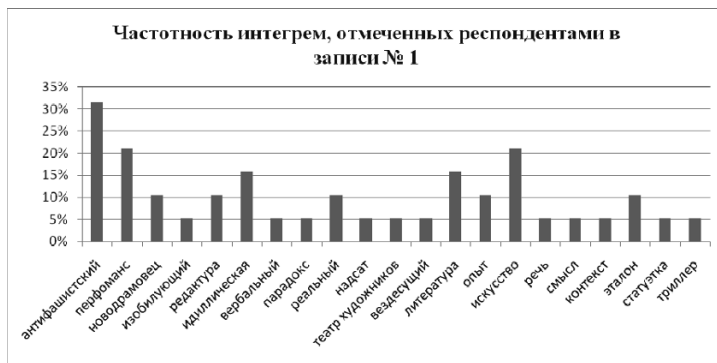
Отбор блогов театров производился с учетом наличия у театра собственного сайта и блога на этом сайте и с учетом рейтинга театра в конкретном городе. Блоги театров, занимающих по популярности в каждом городе позицию ниже пятой, не участвовали в исследовании.

Для обозначения каждого отдельного текста блога мы будем пользоваться термином «запись» [См.: Алексеевская, Бортников 2016]. Нами отобрано 80 текстов блоговых записей, пронумерованных с учетом хронологии.

При помощи инструмента Google Forms мы создали 8 опросов по 10 текстов в каждом. Респондентам (всего – 19 чел. в возрасте 17–19 лет) предлагалось применительно к каждому из 80 текстов выписать из приведенного текста ценностно окрашенные слова и словосочетания. Далее при помощи частотно-статистического критерия устанавливались регулярно выделяемые ценностные лексемы. Специфика их контекстуального воплощения исследовалась с применением методики компонентного семантического анализа, разработанной проф. Э. В. Кузнецовой [Кузнецова 1980; 1982: 36–42; Михайлова 1997]. В ходе анализа учитывалась также возможная «многозначность вербального знака» [Вепрева, Купина 2015: 241], т. е. лексическая многозначность каждого отдельного маркера.

Результаты экспериментального исследования показали, что ценностные установки воплощаются на трех языковых уровнях: морфемном, лексическом и морфосинтаксическом (грамматическом). Преимущественно респондентами выбирались лексические маркеры ценностей (интегремы и дезинтегремы, т. е. «вербально выраженные концептуальные единицы аксиосферы лингвокультуры» [Шалина, Пикулева 2016: 129; см. также: Вепрева, Ицкович, Купина, Шалина 2016]), отраженных в записях театрального блога. Проиллюстрируем результаты исследования на примере опроса № 1, содержавшего 10 текстов блоговых записей общим объемом 687 слов. Наиболее подробному анализу в рамках данной статьи будут подвергнуты три первые записи. Для специального анализа отбирались маркеры, «перешагнувшие» порог выборки 15%.

Запись № 1 озаглавлена так: «"Заводной апельсин" Филиппа Григорьяна в Театре наций» (г. Москва). Большинство респондентов по ходу прочтения текста и отбора соответствующих интегрем были отмечены следующие лексемы: *антифашистский* (32%), *перформанс* (21%), *искусство* (21%), *идиллическое* (16%). Все маркеры положительные.



Слово *антифашистский* в толковых словарях определяется как ‘направленный против фашизма, на борьбу с фашизмом’ [ТСРЯ 2008: 16]. Ценностная установка заключена в категориальной семе ‘фашизм’; приставка *анти-* меняет ее смысл с отрицательного на положительный. В тексте ценностно окрашенная лексема *антифашистский* встречается в следующем предложении: *Не считая нынешней премьеры, в репертуаре Театра наций числятся две постановки Филиппа Григорьяна – антифашистский «Камень» по пьесе Мариуса*

фон Майенбурга, лидера современной немецкой драматургии, и поп-артовая «Женитьба» по Гоголю. Данное прилагательное сочетается с названием пьесы «Камень» (ближайший контекстный партнер) и придает ему семантическую окраску положительности. Анализируемое слово имеет также исторический контекст (в связи с идеологией фашизма и противостоянием ей) и соответствующим образом маркирует существительное.

Толковые словари отмечают следующие значения слова *искусство*: ‘творческое отражение, воспроизведение действительности в художественных образах’; ‘умение, мастерство, знание дела’ [ТСРЯ 2008: 307]. В ряде случаев блогговые записи фиксируют воплощение обоих значений, не уступающих друг другу по частоте. В приведенной записи реализуется первое значение: *Новой постановкой Григорьян напоминает, что в начале карьеры занимался перформансом – вероятно, самым ненормативным зрелищным искусством*. Ближайшие контекстные партнеры данной аксиологемы, центральной применительно к театральному блогу, – это *самый ненормативный* и *зрелищный*. *Ненормативный* – ‘не соответствующий нормам, приличиям’ [ТСРЯ 2008: 512]; *зрелищный* – ‘такой, который нравится зрителю, соответствует зрительским симпатиям’ [ТСРЯ 2008: 283]. Из этого следует, что современное искусство, даже не соответствуя нормам, нравится зрителю, и в этом противоречии заключена (по мнению автора текста) его ценность.

Обратим внимание, что весь контекст *самым ненормативным зрелищным искусством* представляет собой распространенное приложение к слову *перформансом* – эта лексема фиксируется только в словарях заимствованных слов, однако ее контекстное значение может быть выведено из данного приложения. *Перформанс* и есть то самое ненормативное искусство, которое нравится зрителю. Оба маркера безусловно положительные, хотя и контекстно связаны с отрицательным характеристикатором *самым ненормативным*, выраженным прилагательным в превосходной степени.

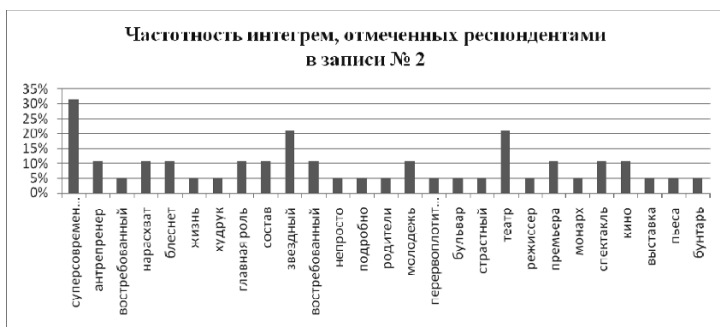
Лексема *идиллический* (от *идиллия*) определяется толковыми словарями как ‘относящийся к поэтическому произведению, изображающему добровольческую безмятежную жизнь на лоне природы’ [ТСРЯ 2008: 286]. Рассмотрим контекст: *Идиллическая картина рушится моментально, в течение первых минут: пока муж-писатель наслаждается музыкой, Алекс (реальный) насилует жену на газоне*. Ближайшими контекстными партнерами данного слова являются *картина рушится моментально*. *Рушиться* – ‘валиться, падать’

[ТСРЯ 2008: 845]. В описываемой сцене идиллическая картина, создаваемая «перебирающим в своем уме разные воспоминания» [Бортникова 2015: 230] постановщиком, быстро и драматически сменяется картиной общественного разврата.

Все ценностно окрашенные слова, выбранные респондентами, распадаются на группы: 'относящийся к искусству' (*искусство, перформанс, идиллический*) и 'относящийся к истории' (*антифашистский*). Проверим, реализованы ли эти тематические группы в следующих записях.

Рассмотрим запись № 2: «Евгений Миронов готовит самый звездный спектакль сезона». Большинство респондентов были отмечены следующие аксиологические маркеры: *суперсовременный* (32%), *звездный* (21%), *театр* (21%). Все маркеры положительные.

На диаграмме видны наиболее часто отмечавшиеся респондентами интегремы:



Слово *суперсовременный* образовано от *современный*, определяется как 'относящийся к одному времени, к одной эпохе с кем-чем-н.' [ТСРЯ 2008: 912]. Приставка *супер-* имеет значение 'качества или усиленности действия главенствования' [ТСРЯ 2008: 959]. Приведем контекст с использованием данного значения: *Ведь у театра помимо Большой и Малых сцен появилось суперсовременное «Новое Пространство» на Страстном бульваре, предназначенное для экспериментальных постановок, выставок и музыкальных вечеров.* Ближайшим контекстным партнером является название места «Новое Пространство». Что такое «Новое Пространство», стороннему читателю неизвестно, но скорее всего, автор данной записи имел в виду новое место для проведения постановок, выставок и др.

Слово *звездный* – производное от *звезда*, которое определяется так: 'о деятеле искусства, науки, о спортсменка: знаменитость'

[ТСРЯ 2008: 273]. Рассмотрим контекст с использованием данной интегремы: *Чрезвычайно востребованная и в кино, и в театре звезда в интервью признается, что жить на два города непросто*. Выделенная респондентами интегрема маркируется распространенным определением *чрезвычайно востребованная и в кино, и в театре*. Компонентный семантический анализ позволяет выявить наличие семы интенсивности, воплощаемой в высказывании как лексемой *чрезвычайно*, так и однородными членами *и в кино, и в театре*, а равно самим синтаксическим ядром конструкции – единицей *востребованная*. Таким образом, семантический потенциал интегремы *звезда* оказывается усилен благодаря распространенному определению, выраженному причастным оборотом.

Слово *театр* встречается в текстах блогговых записей во всех своих трех значениях – ‘искусство представления драматических произведений на сцене’; ‘зрелищное предприятие, помещение, где представляются на сцене такие произведения’; ‘совокупность драматических произведений какого-н. писателя или школы’ [ТСРЯ 2008: 973]. Аналогично слову *искусство*, единица *театр* в каждом случае соответствует центральному для театрального блоггера понятию и потому встречается в выбранных записях наиболее часто. Анализ контекстов обеих этих единиц в театральном блоге заслуживает отдельного рассмотрения.

Запись № 3 помещена под заголовком «Апельсиновый кошмар Энтони Берджесса». Большинство респондентов в этом тексте были отмечены следующие интегремы: *культовый* (32%), *эстетизированный* (16%), *мощный* (16%), *харизматичный* (16%). Все они маркируются как положительные.



Слово *культовый* определяется как ‘свойственный культу, характерный для него’. Ценностная установка заключена в категориальной семе ‘культ’. Данное слово встречается в следующем предложении: *Та самая культовая утопия о подростковом насилии, взрослом наказании, бессмысленности первого и бесполезности второго*. Исследуемое прилагательное сочетается с наименованием такого литературного жанра, как *утопия* (ближайший контекстный партнер), и придает ему семантическую окраску положительности.

Слово *эстетизированный*, форма глагола *эстетизировать*, т. е. ‘делать эстетическим’ (‘художественно прекрасным’) [ТСРЯ 2008: 1128], встречается в следующем контексте: *Так в действие вступают не языковые шалости, а насилие во всех мыслимых разновидностях – от эстетизированных до шокирующих* – и сочетается с ближайшим контекстным партнером-характеризатором *мыслимыми разновидностями*. Употребляясь в одном ряду, лексемы *шокирующих* (интегрема, также отмеченная респондентами) и *эстетизированный* образует градуальную оппозицию, усиливающую положительный смысл *во всех мыслимых разновидностях*.

Слово *мощный* в толковых словарях в одном из своих значений связано с ‘явлениями, которые проявляются очень сильно’ [ТСРЯ 2008: 464] (ценностная установка в коннотативной семе интенсивности). *Харизматичный* определяется как ‘обладающий харизмой, наделенный ею’ [ТСРЯ 2008: 1061]. Ценностная установка заключена в категориальной семе ‘харизма’. Обе единицы встречаются в следующем контексте: *Играющий эту роль Андрей Смоляков – актер настолько мощный и харизматичный, что автоматически стягивает к себе линии повествования*. Исследуемые единицы определяют характер актера (ближайший контекстный партнер), «заряжая» определяемое слово положительной семантикой.

Наиболее популярные ценностно окрашенные слова, выбранные респондентами, распадаются на группы характеризаторов: ‘относящийся к культуре’ (*культовый, эстетизированный*) и ‘личные качества’ (*мощный, харизматичный*).

Проанализированные записи позволяют выделить лексико-семантические группы интегрем, отмечаемых в театральных блогах:

- ‘относящийся к искусству и культуре’ (*искусство, перформанс, идиллический, звездный, театр, антрепренер*);
- ‘субъективно-оценочные характеризаторы’ (*суперсовременный, бунтарь, востребованный*);



– ‘относящийся к истории’ (*антифашистский*).

Каждая из этих групп образует поле со своим ядром и периферией. Поля имеют тенденцию к пересечению: так, прилагательные, относящиеся к искусству и культуре, могут являться в то же время и субъективно-оценочными характеристиками (*идиллический, звездный*) и пр. Дальнейшую структуризацию полей с использованием методик лексико-семантического анализа (см. [Савченко, Бортников 2015]) считаем перспективой исследования.

## СЛОВАРИ

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2008.

## ЛИТЕРАТУРА

*Алексеевская А. И., Бортников В. И.* Прямая и косвенная самопрезентация писателя в блоге (на материале блоговых записей Б. Акунина) // Лингвистика: от теории к практике: сборник статей III Межвузовской научно-практической конференции с международным участием / Редкол.: Т. С. Вершинина, М. О. Гузикова (ответственный редактор), Н. А. Завьялова [и др.]. Екатеринбург: УрФУ, 2016. С. 7–10.

*Бортникова А. В.* «Перебирая в своем уме разные воспоминания...»: очерк-ретроспектива в прозе Д. Н. Мамина-Сибиряка 1880-х гг. // Дергачевские чтения – 2014: Русская литература: типы художественного сознания и диалог культурно-национальных традиций. Материалы XI Всерос. науч. конф. с междунар. участием. Екатеринбург, 2015. С. 230–233.

*Вепрева И. Т., Купина Н. А.* Принципы отбора вербальных знаков ценностей в процессе аксиологического строительства в современной речевой практике // Известия Урал. федер. ун-та. Серия 2: Гуманитарные науки. 2015. Т. 145. № 4. С. 238–244.

*Вепрева И. Т., Ицкович М. М., Купина Н. А., Шалина И. В.* Ценностные предпочтения современной студенческой молодежи в лингвокогнитивном и социопсихологическом освещении // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 2 (47). С. 62–73.

*Кузнецова Э. В.* Русская лексика как система: Учеб. пособие. Свердловск: УрГУ, 1980.

*Кузнецова Э. В.* Лексикология русского языка. М.: Высшая школа, 1982.

Купина Н. А. Газеты уральской провинции в аксиологическом освещении // Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований: Тез. докл. науч. семинара с междунар. участием. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2016. С. 26–27.

Михайлова О. А. О путях развития теории лексического значения // Русское слово в языке, тексте и культурной среде: сб. тр. памяти Э. В. Кузнецовой / под ред. И. Т. Вепревой. Екатеринбург: Арго, 1997. С. 7–21.

Савченко В. В., Бортников В. И. Компонентный анализ контекстов терминов в романе Р. Брэдли «451° по Фаренгейту» // Лингвистика: от теории к практике: сборник статей II Межвузовской научно-практической конференции с международным участием. Екатеринбург: УрФУ, 2015. С. 106–112.

Шалина И. В., Пикулева Ю. Б. К проблеме описания методики лингвоаксиологического анализа (на материале диалогического общения носителей просторечной лингвокультуры) // Научный диалог. 2016. № 11 (59). С. 121–132.

**Б. Дэмбэрэлмаа**  
аспирант УрФУ

## КАТЕГОРИЯ ТЕМЫ В ОЧЕРКАХ В. ПЕСКОВА

Поворот от сравнительно-исторической и системно-структурной научных парадигм к антропоцентрической парадигме современной лингвистики привел к активному изучению текста как одного из ключевых понятий гуманитарной науки XX века. Категориально-текстовая концепция [Матвеева 1990] опирается на интегральное качество текста – суперкатегорию коммуникативности [Сидоров 1987], что позволяет обосновать системный подход к тексту как объекту лингвистического исследования.

В настоящем исследовании для анализа представлена категория темы, которая отражает в тексте предмет речи, т.е. тот предмет реальности, с которой работает автор. Материалом исследования послужили очерки известного журналиста В. М. Пескова. Творчество Пескова представляет интерес не только для широких кругов читателей: оно является важным эмпирическим материалом для лингвисти-

ческих исследований [См. Блинова 2015; Куроедова 2001; Сычева 2012 и др.]. Цель данной работы – выявить тематическое многообразие очерков В. Пескова, которые являются ведущим жанром в его творчестве.

Очерк – это художественно-публицистический жанр, в котором соединяется документализм (опора на реальные жизненные факты), аналитизм (исследовательское начало) и художественная форма текста [Матвеева 2003: 215]. Существуют разные классификации очерка: публицистический, сюжетный, портретный, зарисовка/этюд, путевой [См.: Колосов 1977]. М. Н. Ким выделяет следующие разновидности очерков: художественно-изобразительные (путевой, эссе, зарисовка), художественно-публицистические (портретный), исследовательские (проблемный, исследовательский, публицистический) [См.: Ким 2011]. По классификации, предложенной А. А. Тертычным, очерки делятся на портретный, проблемный и путевой [Тертычный 2017]. Остановимся на последней классификации подробнее.

Предметом *портретного очерка* является культовая личность. Главная задача автора – рассказать о малоизвестных интересных и трудных периодах жизни героя, где проявляется его характер и формируется личность [Там же: 254–255]. *Проблемный очерк* посвящается сложной, неоднозначной ситуации. Журналист обращает внимание на причину проблемной ситуации, указывает на ее следствия и предлагает возможные пути решения. Анализ и сопоставление проблемной ситуации и вопросов требует специальных знаний в данной сфере [Там же: 261]. *Путевой очерк*, сформировавшийся еще в XIX веке, представляет с собой описание мест, событий и встреч во время поездки и путешествия. Ему отдали дань А. Пушкин, А. Радищев, А. Чехов, И. Гончаров, в XX веке – И. Ильф и Е. Петров, И. Эренбург, В. Песков и другие писатели и журналисты [Там же: 262].

В данной работе предпринимается попытка проанализировать заголовки очерков В. М. Пескова, выявить их тематическое многообразие, соотнести очерки с указанной классификацией.

Рассмотрим теоретическое обоснование роли заголовка как сильной позиции текста в определении темы текста. Заглавие (название) – наименование текста, помещенное перед началом текста и обособленное графически. Заглавие – это важный элемент целого текста, поскольку оно представляет собой весь этот текст, свернутый до краткого высказывания, нередко состоящего из одного-двух слов

[Матвеева 2003: 74]. Т. В. Матвеева выделяет несколько разновидностей заглавия: информативные, раскрывающие содержание текста; воздействующие, содержащие загадку и передающие настроение с учетом смысловых соотношений заглавия и основного текста; событийные, представляющие собой событие; тематические, содержащие тему текста; ассоциативные, выражающие идею текста [Там же: 74].

Заголовок как обязательная часть текста выполняет одновременно разные функции: номинативную, прогнозирующую, структурирующую, идентифицирующую, замещающую и сигнальную. Выделяются также особые функции заглавия, характерные для художественной литературы: метафорическая, метонимическая, символическая и оценочная [Трубникова 2010: 121].

По мнению В. П. Григорьева, текст «выступает как индивидуальная, предельно распространенная «перифраза» заглавия, заглавие в свою очередь представляет собой если не перифразу (например, в случае однословного заглавия), то некоторую, «чудовищно уплотненную» аббревиатуру текста» [Григорьев 1979: 194]. Таким образом, представляется возможным выявить тематическое многообразие очерков В. М. Пескова по их заголовкам.

В издательстве «Комсомольская правда» было выпущено Собрание сочинений В.М. Пескова в 23-х томах. Обратимся к названиям томов: *В соболином краю; С Юрием Гагариным; Ржаная песня; Туманские острова; Мощные реки; У Лукоморья; По зимнему следу; Мир за нашим окном; За порогом весны; Река и жизнь; Друзья из берлоги; Ключи от Волги; Запечатленные тайны; Таежный тупик; Чудеса лунной ночи; В час высокой воды; Зимние перезвоны; Посиделки на закате: Про братьев меньших; Золотые закаты; Мир на ладони; Прогулки по опушке; Лесные жители*. Каждое название представляет собой словосочетание из двух-трех слов, большая часть заголовков метафоричны.

Лексико-семантический анализ названий позволяет выделить две основные тематические группы: «Природа» и «Человек». Так, заголовок первого тома *В соболином краю* можно отнести к тематической группе «Природа», так как он представляет собой сочинительное словосочетание, где значение главного слова *край* – 2. 'Страна, область'. *Теплые края* [Ожегов <http://slovarozhegova.ru>] конкретизируется при помощи относительного прилагательного *соболиный* – 1. 'соотн. с сущ. соболь, связанный с ним', 2. 'свойственный соболю, характерный для него', 3. 'принадлежащий соболю', 4. 'сшитый

из меха соболя' [Ефремова <http://www.efremova.info>]. Значит, *в собо-лином краю* – в месте, где обитает соболь.

С группой «Природа» на родо-видовых основаниях соотносятся следующие заголовки: *Мир за нашим окном, Мир на ладони, Лесные жители, Про братьев меньших, Друзья из берлоги, По зимнему следу*. Заголовки *Мир за нашим окном, Мир на ладони* можно отнести к более общему понятию «Окружающий мир»; следующие заголовки: *Лесные жители, Про братьев меньших, Друзья из берлоги, По зимнему следу* – относятся к тематической группе «Животные», которая входит в группу «Природа».

Лексико-семантический анализ позволяет также отнести к тематической группе «Природа» следующие заглавия: *Туманные острова, Запечатленные тайны, Таежный тупик, Чудеса лунной ночи, В час высокой воды, Зимние перезвоны, Золотые закаты*.

Очерки, входящие в тематическую группу «Природа», следует отнести к группе *путевых очерков* (по А. А. Тертычному), если считать, что тема путешествий и тема природы взаимосвязаны. Более того, тема *природы* включается в группу *путешествия* на логических основаниях.

Название второго тома *С Юрием Гагариным* включает прецедентное имя, что позволяет отнести заголовок к тематической группе «Человек». Следуя классификации А. А. Тертычного, текстовые материалы данного тома можно отнести к группе *портретного очерка*.

Лексико-семантический анализ других заголовков позволяет предположить, что в ряде текстов эксплицированы обе тематические группы: и «Природа», и «Человек»: *Ржская песня, Мощные реки, У Лукоморья, За порогом весны, Река и жизнь, Ключи от Волги, Посиделки на закате, Прогулки по опушке*. Так, заголовок *У Лукоморья* отсылает читателя к прецедентному тексту – поэме А. С. Пушкина «Руслан и Людмила», вызывая ассоциации с чудесной страной. Метафорические заголовки *Ржская песня, Мощные реки* содержат отсылки и к человеческой деятельности *песня, мощные*, и к явлениям природы *ржская, реки*. Заголовки *Посиделки на закате, Прогулки по опушке* позволяют читателю предположить, что речь пойдет о человеке на природе. В заголовке *Река и жизнь* сопрягаются предметно-философские смыслы, также относящиеся и к миру природы, и к миру человека.

Таким образом, заголовки томов *Собрания сочинений В.М. Пескова* могут быть отнесены к двум тематическим группам:

«Природа» и «Человек». Заголовки выполняют не только номинативную, но и, в силу метафоричности, воздействующую функции. Анализ заголовков позволяет отнести очерки на тему природы к путевым, очерки, посвященные людям – к портретным. Отдельно стоит вопрос о классификации очерков, которые относятся к обеим группам («Природа» и «Человек»). Перспективным направлением дальнейшего исследования является анализ заголовков и текстов очерков В. М. Пескова с целью выявления особенностей экспликации категории темы.

### ИСТОЧНИК

*Песков В.М.* Полное собрание сочинений в 23 т. М.: Комсомольская правда, 2014.

### СЛОВАРИ

*Ефремова Т. Ф.* Современный толковый словарь русского языка. В 3 т. М.: Астрель, 2005 [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.efremova.info>

*Матвеева Т. В.* Учебный словарь: Русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М.: Флинта: Наука, 2003.

*Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. М.: Атемп, 2009. [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://slovarozhegova.ru>

### ЛИТЕРАТУРА

*Блинова Ю. А.* Особенности жанра очерка в творчестве В. М. Пескова. // Филологические исследования. Т. 2. Петрозаводский государственный университет. 2015. [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://academy.petrso.ru/journal/article.php?id2888.DOI:%2010.15393/j100.art.2015.2888>

*Григорьев В. П.* Поэтика слова. М.: Наука, 1979.

*Ким М. Н.* Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Питер, 2011.

*Колосов Г. В.* Поэтика очерка: учебно-методическое пособие к спецкурсу «Проблемы современного очерка». М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977.

*Куроедова М. А.* Речевой портрет публициста (на примере очерков В. М. Пескова): дис. ... канд. филол. наук. СПб.: СПбГУ, 2001.

*Матвеева Т. В.* Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990.

*Сидоров Е. В.* Проблемы речевой системности. М.: Наука, 1987.

*Сычева Е. В.* Интерференция художественного и публицистического дискурса (на материале путевых очерков В. Пескова) // Вестник Пятигорск. гос. лингв. ун-та. 2012. № 3. С. 118–121.

*Тертычный А. А.* Жанры периодической печати. М.: Аспект пресс, 2017.

*Трубникова Ю. В.* Текст и его заголовок: проблема структурного и семантического взаимодействия // Известия Алтайск. гос. ун-та. 2010. № 2-2. С. 121–126.

**Неугодникова Е. О.**  
студентка 4 к. УрФУ

### **ТЕСТОВЫЙ КОНТРОЛЬ НА ЗАНЯТИИ ПО ТРАНСФОРМАЦИЯМ В КУРСЕ «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА»**

В процессе обучения важную роль играет контроль. Существуют различные формы контроля: входной, тематический (промежуточный), рубежный, итоговый. В педагогике и частных методиках преподавания дисциплин разграничиваются средства осуществления контроля: опрос, письменная работа, изложение, сочинение.

Одним из самых объективных средств контроля современные исследователи считают тест. Как утверждает М. Б. Чельшкова, тесты «обеспечивают оценки, обладающие обоснованностью, объективностью и сопоставимостью» [Чельшкова 2002: 19]. В процессе получения оценок таким способом исключены все моменты, которые порождают субъективизм и несравнимость, характерные для оценок, выставленных традиционным путем.

Составление теста для проведения промежуточного контроля по теме «Переводческие трансформации» стало нашей целью в ходе данного исследования. В процессе решения соответствующих задач мы постарались учесть фактор отсутствия предполагаемой креативности – нередкое следствие стандартности теста. Отдельные (контекстные, текстовые) задания, как следствие, должны предполагать возможность творческого осмысления, но в разумных пределах.

Тест представляет собой логическое завершение цикла занятий по соответствующей теме в рамках факультатива «Теория и практика перевода». Важно учесть, что в процессе изучения дисциплины испытуемым преподаются лишь лексические трансформации [Алексеевская, Бортников 2015; Неугодникова, Бортников 2015]. Место темы «Переводческие трансформации» в курсе данной дисциплины см. в работах [Илюшкина 2016; Неугодникова 2016].

Материалы для теста были заимствованы из пособия С. П. Романовой и А. Л. Коралловой «Пособие по переводу с английского на русский» [Романова, Коралова 2008]. Выбор пособия обусловлен, помимо относительной его новизны, наличием в нем ответов, что в современных разработках встречается весьма редко [См.: Бортников, Пикулева 2015; Вальковская, Илюшкина 2015; Илюшкина 2016] и др.).

Задания расположены по принципу «от рецепции к продукции», т. е. от фактического знания к анализу, от выбора правильного ответа из предложенных к самостоятельному переводу.

Каждый вариант теста состоит из пяти блоков заданий. Было разработано два варианта работы. На тест отводилось 60 минут.

Первый блок – три вопроса типа «multiple choice» (4 варианта ответа, из которых один правильный).

Образец задания:

**1. Выберите правильный ответ.**

1. Разновидностью транспозиции по типологии Ж. П. Вине и К. Дарбельне НЕ является...

A. транслитерация.

B. адаптация.

C. эквиваленция.

D. шассе-круазе.

2. Прием, который заключается в замене какого-либо понятия, выраженного в подлиннике, противоположным понятием в переводе с соответствующей перестройкой всего высказывания для сохранения неизменного плана содержания, называется...

A. конкретизация.

B. антонимический перевод.

C. перестановка.

D. компенсация.

3. Работа Л. С. Бархударова «Язык и перевод» впервые была издана в ... году.

A. 1973

B. 1974

C. 1975

D. 1976

Каждый вопрос в данном блоке оценивается в 1 балл (всего – 3 балла).



Второй блок – задание на выбор однозначных соответствий из списка. Приводится оригинал и перевод трех предложений. Испытуемые должны выбрать примененную трансформацию из списка предложенных.

Образец задания:

**II. Соотнесите каждое предложение с использованной при переводе трансформацией.**

A. *It won't cost you a thing.* Это тебе ничего не будет стоить.

B. *He talked about the little grey cells of the brain and their functions. His own, he says, are of the first quality. "He would say so," I remarked bitterly. "Modesty is not certainly his middle name".* Он долго разглагольствовал о клетках серого вещества мозга и их функциях и уверял, что у него они работают превосходно. «Это на него похоже», – заметил я с горечью. – «Он от скромности не помрет».

C. *In spite of their desperate situation the man's courage kept up.* Несмотря на их отчаянное положение, людей не покидало мужество.

**Возможные трансформации:**

1. антонимический перевод
2. конкретизация
3. компенсация
4. целостное преобразование
5. генерализация
6. смысловое развитие

Нетрудно заметить, что количество возможных ответов вдвое превышает число предложений. Вероятность угадывания, таким образом, понижается (относительно случая с тремя вариантами для трех предложений) для 1-го предложения с 1/3 до 1/6 (на 17%), для 2-го – с 1/2 до 1/5 (на 30%), для 3-го – со 100% до 33% (на 67%).

Каждый верный ответ оценивается в 3 балла (максимум – 9 баллов).

Третий блок – задание с открытым ответом. Учащиеся должны написать примененную при переводе предложения трансформацию.

Образец задания:

**III. Укажите, какая трансформация была применена к выделенным словам.**

1. *I do not favor* a mandatory retirement age for presidents, congressmen and senators. Я не сторонник установления обязательно-

го возраста ухода в отставку для президентов, конгрессменов и сенаторов.

2. Winter rains in the Jordan are violent, *while they last*. Зимой в долине Иордана бывают страшные ливни.

3. A match *flared* in the darkness. В темноте *вспыхнула* спичка.

4. His only information about me was that I was some sort of Government man, going on a special *mission* to the Arctic. Единственное, что он знал обо мне, — это то, что я какой-то правительственный чиновник, отправляющийся с особым *заданием* в Арктику.

Всего в данный блок заданий входит 4 предложения, за каждую верно узнанную трансформацию испытуемый получает 4 балла (максимум — 16 баллов).

Четвертый блок — задание на продукцию, т. е. собственное производство конечного ответа (без возможного выбора). Цель данного задания — проверить навыки применения простых трансформаций: конкретизации, генерализации, антонимического перевода.

Образец задания:

**IV. Переведите предложения, используя предложенные трансформации: конкретизация, генерализация, антонимический перевод.**

1. *There was a similar campaign about 10 years ago.*

2. *All the houses along the seafront promenade had black, blank windows, for this was a summer place, in February it was only half alive.*

3. *Alice shrieked and clapped her hands to her ears to shut out the sound she had imagined.*

4. *If you make up your mind to visit Madrid I can be of some help for you. I've got a nice little place there and I'm sure you'll find it very comfortable.*

5. *He entered the suite, trying to keep his knees from trembling. He almost blurted out, «Where is the emerald?»*

6. *He followed her into a large department store, careful to remain out of sight.*

Каждое предложение оценивается максимумом в 5 баллов (всего — 30 баллов). Если учащийся правильно применил трансформацию и смысл предложения не меняется, но трансформация отличается от указанной в ключе, то задание засчитывается как выполненное напо-

ловину (2,5 балла). Если учащийся перевел предложение верно, применил указанную в ответах трансформацию, но написал неверное название трансформации, то задание также засчитывается наполовину (2,5 балла). Если смысл предложения при переводе теряется, то задание не засчитывается (0 баллов).

За каждую орфографическую и пунктуационную ошибку, кроме того, испытуемый теряет по 1 баллу (но не больше 5 баллов).

Пятый блок – задание на перевод. Цель данного задания – проверить навыки применения так называемых «сложных» трансформаций: смыслового развития и целостного преобразования.

Образец задания:

**V. Переведите предложения, используя следующие изученные трансформации: смысловое развитие, целостное преобразование.**

1. *He'd never drive under the influence of alcohol.*
2. *That's why I married you so young. To catch you before you become set in your ways.*
3. *He is one of those inarticulate men who find it hard to put things into words.*
4. *They have argued that the South Vietnamese were ineffective fighters.*
5. *(The doctor to a patient) How have things been?*
6. *(A client to the clerk) May I ask you one more question? – Go ahead.*
7. *The gales which were the worst in living memory caused devastation in some coastal regions.*

Каждое верно переведенное предложение оценивается максимумом в 6 баллов (всего – 42 балла). Критерии оценивания те же, что и в блоке IV, но с той разницей, что за все орфографические и пунктуационные ошибки испытуемый может потерять в сумме до 6 баллов.

Маска ответов к предлагаемому тесту выглядит следующим образом:

Блок	I	II	III	IV	V	Итого
Максимальный балл	3	9	16	30	42	100
Набранный балл						

Корректность распределения баллов верифицируется следующими основаниями:

- максимальный балл за тест – 100, что позволяет вычислить процент правильных ответов и, таким образом, делает предложенный тест подходящим под любую технологическую карту по дисциплине «Теория и практика перевода»;
- баллы выстроены по возрастанию пропорционально уровням сложности каждого задания (блока заданий).

Описанный тест планируется реализовать в двух группах: студентов-регионоведов, для которых дисциплина является факультативной, и студентов Гуманитарного университета (направления «Реклама», «Сервис и туризм»), изучающих теорию и практику перевода также в качестве факультативного курса, но уже в рамках повышения квалификации. Контрольной группой послужат студенты-переводчики, для которых данная дисциплина входит в основную программу и является обязательной. Перспективой работы является сопоставление полученных от этих групп результатов, а также уточнение уровней сложности теста в обоих вариантах.

## ЛИТЕРАТУРА

*Алексеевская А. И., Бортников В. И.* Трансформация как идентификатор эквивалентности перевода статей из «Википедии» // Молодые голоса: сборник трудов молодых ученых / отв. ред. И. В. Шалина. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2016. С. 164–172.

*Бортников В. И., Пикулева Ю. Б.* Русский язык и культура речи: контрольные работы для студентов-нефилологов. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015.

*Вальковская Н. В., Илюшкина М. Ю.* Чтение и понимание английских текстов. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015.

*Илюшкина М. Ю.* Теория перевода: основные понятия и проблемы. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016.

*Неугодникова Е. О., Бортников В. И.* Трансформации в переводе (на примере басен Эзопа) // Лингвистика: от теории к практике: сборник статей II Межвузовской научно-практической конференции с международным участием / отв. ред. М. О. Гузикова. Екатеринбург: УрФУ, 2015. С. 90–94.

*Неугодникова Е. О.* Преподавание теории перевода в вузе: опыт построения плана-конспекта занятий по теме «Переводческие трансформации» // Молодые голоса: сборник трудов молодых ученых /

отв. ред. И. В. Шалина. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2016. С. 180–187.

Романова С. П., Коралова А. Л. Пособие по переводу с английского на русский. М.: КДУ, 2008.

Челышкова М. Б. Теория и практика конструирования педагогических тестов. М.: Логос, 2002.

**Пырикова Т. В.**  
магистрант 1 к. УрФУ

## **ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОНИМ В ТЕКСТЕ ФЭНТЕЗИ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИНТЕРЕСА (на материале произведений Терри Пратчетта)**

Фэнтези – «жанр, основанный на иррациональном фантастическом допущении существования неких особых миров, где могут существовать добрые и злые волшебники, мифологические существа и т. п.» [Купина, Литовская, Николина 2009: 222]. Наиболее популярным в России данный жанр стал в конце XX века, когда на русский язык начали переводить работы Дж. Р. Толкиена, А. Нортон и других зарубежных авторов. Некоторое время даже отечественные авторы фэнтези предпочитали публиковаться под иностранными именами (Е. Хаецкая – Мэделайн Симонс, Д. Громов и О. Ладыженский – Генри Лайон Одли), эта традиция была утрачена лишь к началу 2010-х гг.

Практически в каждой книге, написанной в жанре фэнтези, создается особенный мир [См. Бортников 2013], в рамках которого функционирует целый искусственный язык или даже языковая семья (Дж. Р. Толкиен, Дж. Роулинг, О. Громыко, Т. Пратчетт и т. д.). Неотъемлемой частью мира фэнтези являются имена собственные [Бортников, Пырикова 2016: 190].

Согласно «Полному словарю лингвистических терминов» Т. В. Матвеевой, имена собственные – это «существительные, которые предназначены для выделения предмета из класса ему подобных» [Матвеева 2010: 437]. Современная ономастика выделяет многочисленные группы имен собственных (онимов), таких как антропонимы (имена людей) и топонимы (названия географических объек-

© Пырикова Т. В.

тов). При этом имеет смысл говорить о литературных именах – именах, принадлежащих художественному миру произведения.

В жанре фэнтези имена собственные часто принадлежат к окказиональной лексике, что нередко становится проблемой при их переводе на другой язык и потому представляет интерес для исследований. Ярким примером окказиональных имен собственных являются работы выдающегося сатирика-фантаста сэра Терри Пратчетта.

Теренс Дэвид Джон Пратчетт родился 28 апреля 1948 года. Уже со школьной скамьи этот талантливый человек заявил себя как мастер пера. В возрасте 13 лет юный Терри опубликовал свой первый рассказ «Бизнес Аида» сначала в школьной газете, а затем, спустя два года, в «настоящем» журнале «Science Fantasy». За эту публикацию Пратчетт получил свой первый гонорар в 14 фунтов стерлингов. В 90-х годах Терри Пратчетт был самым читаемым автором Британии. Его книги занимали 1% всего книжного рынка Соединенного Королевства, а их суммарный объем публикаций был больше, чем у любого из его современников. Сразу 15 произведений Пратчетта вошли в список «200 лучших книг по версии BBC» в 2003 году. Каждая из книг сэра Терри (имеющего рыцарский титул за свои литературные достижения) отличается безупречным юмором, интересным сюжетом и продуманностью каждой из серий.

Цель данной статьи – обзор ряда позднейших (за последние 5 лет) филологических работ на русском языке, посвященных особенностям перевода имен собственных на материале книг Т. Пратчетта.

Хронологически первой (по данным сайта e-library.ru) является статья «Некоторые особенности перевода имен собственных в произведении Т. Пратчетта “Маскарад”» [Третьякова 2012]. В данной работе автор делит все проанализированные имена (более семидесяти) на две группы по способу перевода: ономастическое соответствие и преобразующий перевод. В самой статье анализируется только имя *Perditax*. В качестве примера приводится отрывок, в котором одна из героинь произведения – Агнесса Нитт – выбирает это имя в качестве сценического псевдонима. По ходу анализа автором выделены три ошибки, допущенные разными переводчиками: во-первых, переводчики нарушили принцип благозвучия, передав имя на русский как *Пердита*, что вызывает неблагоприятные ассоциации. В данном случае есть отличный эквивалент перевода, использованный переводчиками работ Шекспира, он звучит как *Утрата*. Во-вторых, пере-

водчики (уже другие) воспользовались графическим сходством английской *x* [eks] и русской *x* [ха], передали английское имя *Perditax* на русский язык как *Пердитиха*. В-третьих, нарушена смысловая функция имени, которую закладывала героиня произведения, так как *Пердита* никак не ассоциируется с «таинственным именем, навещающим мысль о сумраке, интриге» [Третьякова 2012: 238]. Автор приходит к следующему выводу: «В анализируемом произведении при передаче имен собственных с английского языка на русский превалирует семантический принцип, что важно для создания художественных образов» [Там же].

В другой работе, озаглавленной «Лингвистическое исследование имен собственных в романе Терри Пратчетта “Посох и шляпа”» [Приходкова 2015], анализируются не только варианты перевода окказиональных имен собственных, придуманных сэром Терри, но и этимология каждого выбранного антропонима или топонима. Например, анализируя топоним *Анк-Морпорк*, исследователь отмечает: «Ankh-Morpork – один из городов Плоского мира. Назван так в честь местной реки “Ankh” – с древнеегипетского “жизнь” и “Morpork” – особого вида сов, который обитает только в этой местности. На русский язык было передано максимально близким произношением: “Анк-Морпорк”» [Там же]. Вывод автора таков: «В результате проделанной работы мы выяснили, что имя собственное действительно играет немаловажную роль в художественном пространстве текста, и его системообразующая функция зачастую является одним из главных компонентов в создании целостного образа вымышленного автором мира» [Там же].

В статье «Особенности антропонимики современной британской литературы: классификация говорящих имен собственных на материале романов Терри Пратчетта (цикл “Плоский мир”)» [Громова 2015] автор выделяет четыре группы анализируемых имен собственных: имена собственные, построенные на каком-либо приеме; имена собственные составные (в основе слова – профессия, какой-либо род занятий или некое природное явление); имена собственные, имеющие в своей основе происхождение или материал, из которого кто-либо состоит; и имена собственные, образованные предположительно из различного рода терминов. В основе классификации, как можно заметить, лежит способ образования антропонима. В качестве примера имен первой группы приводится *Mrs. Cake*, в основе которого лежит прием антономасии (олицетворения). Вторую группу иллю-

стрирует имя *Rincewinde*, состоящее из двух частей *Rince*, предположительно с ирландского ‘танец’, и *winde*, что переводится на русский как ‘ветер’. Примером из третьей группы служит имя “Zlorf Flannelfoot”, которое представляет собой пример игры слов и словосложения. Четвертая группа представлена несколькими говорящими именами, одним из которых является *Тиффани Болит*. Исследователь считает, что подобные имена «способны составить базу для дальнейших исследований антропоники современной литературы» [Громова 2015: 1115].

Подводя итог, отметим, что количество работ, посвященных изучению имен собственных в романах Терри Пратчетта и вопросам их перевода, сравнительно невелико. Отсюда «возникает противоречие между существующим спросом на максимально аутентичный аналоговый перевод и отсутствием необходимой практики как отсутствием нужного количества лингвостилистических исследований» [Зеленова, Малышева 2016: 145]. Фрагментарный характер исследований связан с сосредоточенностью авторов только на одном произведении, а во многих случаях – и на одном имени либо на небольшой группе имен. Работы, обобщающие ряд произведений Пратчетта, отсутствуют. Можно констатировать, что первые шаги в современном «пратчеттоведении» только намечаются, и выразить надежду на то, что отечественные переводчики проявят свой исследовательский интерес.

## СЛОВАРИ

*Матвеева Т. В.* Полный словарь лингвистических терминов. Ростов-на-Дону: Феникс, 2010.

## ЛИТЕРАТУРА

*Бортников В. И.* Текстовые категории как основание сравнения вариантов художественного текста // Вестник Пермск. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2013. № 2 (22). С. 75–85.

*Бортников В. И., Пырикова Т. В.* Транслитерация в художественном переводе: ГОСТ или переводческая интуиция? // Молодые голоса: сборник трудов молодых ученых / отв. ред. И. В. Шалина. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2016. С. 187–193.

*Громова Д. А.* Особенности антропоники современной британской литературы: классификация говорящих имен собственных на материале романов Терри Пратчетта (цикл “плоский мир”) // Молодой ученый. 2015. № 8 (88). С. 1114–1116.



Зеленова А. В., Малышева Н. В. Окказионализмы в творчестве Терри Пратчетта // Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. № 5-3 (82). С. 143–145.

Купина Н. А., Литовская М. А., Николина Н. А. Массовая литература сегодня. М.: Флинта : Наука, 2009.

Приходкова М. И. Лингвистическое исследование имен собственных в романе Терри Пратчетта «Посох и Шляпа» // Научное сообщество студентов XXI столетия. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XXXVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10 (37) [электронный ресурс]. Режим доступа: [http://sibac.info/archive/guman/10\(37\).pdf](http://sibac.info/archive/guman/10(37).pdf)

Третьякова М. Ф. Некоторые особенности перевода имен собственных в произведении Т. Пратчетта «Маскарад» // Амурский научный вестник. 2012. № 1. С. 233–238.

Самкова Е. В.  
студентка 4 к. УрФУ

### КОРОТКИЕ НОВОСТНЫЕ СООБЩЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКЕ ТАБЛОИДНОГО ТИПА: СПЕЦИФИКА ЗАГОЛОВКА

В современную эпоху глобальных коммуникаций интернет-общение становится самым популярным типом взаимодействия. Интернет-коммуникация представляет собой один из исторических этапов в развитии коммуникационных средств и существует наряду с общением, опосредованным печатными бумажными носителями, включающим непериодические издания (книга) и периодические (газеты, журналы), а также устную традицию.

В поле нашего исследовательского внимания находится интернет-жанр коротких новостных сообщений светского характера – новостей об известных медийных личностях, о популярных именах, которые хорошо знает современное российское общество. Данные сообщения относятся в информационному подстилю таблоидного типа изданий.

Термин *tabloid* происходит от амер. *tabloid* – «бульварная газета». В англоязычных западных культурах таблоидом называется газета упрощенного взгляда на мир. «Вместо освещения серьезных

политических событий таблоиды предпочтительно отдают свои страницы так называемым рассказам, имеющим общечеловеческий интерес (human interest stories)» [Рязанова-Кларк 1998: 76]. Подобного рода издания ориентированы на читателя с невысоким уровнем образования и интеллектуальных потребностей. В ситуации борьбы за читательское внимание в СМИ наблюдается смещение в сторону таблоидного журнализма.

Таблоидная пресса выделяется как особый тип текстов публицистического стиля на основе общности выполняемой ими развлекательной функции. К признакам таблоида относятся сенсационный либо скандальный характер подаваемой информации из личной жизни известных людей; резкое сужение тематики, отбора информации (общественно-политическая тематика исключается или интерпретируется сугубо развлекательно, даже о персонах, значимых в сфере политики и экономики, пишут в аспекте их частной жизни).

Стремление исследуемых изданий к переходу на уровень неофициального общения с персонажами, имеющими высокий социальный статус, приводит к тому, что речеповеденческая модель таблоидных публикаций приводит к смещению, а иногда и к нарушению этических и этикетных норм. Ориентация на сферу быта определяет стилиевой характер подобной прессы, создает определенную экспрессивно-стилевую особенность изданий, формирует особую эмоционально-психологическую тональность речи [Смирнова 2009: 4]. Стилистический узус современной таблоидной публицистики складывается путем применения различных языковых приемов, направленных на достижение эффекта развлекательности. Так, использование психологического феномена любопытства лежит в основе заголовка особого типа, который устроен по принципу «заинтриговать зрителя»: информация, которую содержит новость, не ясна из заголовочного комплекса. Мы называем эту лингвистическую технологию привлечения внимания приемом провокативного заголовка. Объясним суть этого приема.

В Интернете при чтении новостей пользователь находит ряд заголовков, которые заставляют не просто обратить на них внимание, но интригуют своей сенсационностью, а затем побуждают перейти по ссылке к основному содержанию с целью узнать шокирующую новость и пикантные подробности. Однако перейдя непосредственно к интересующему тексту, читатель обнаруживает, что основное содержание заметки не соответствует данному заголовку, а иногда прямо

противоположно ему. Информационное содержание заметки часто нейтрально и без интригующего заголовка не представляет особого интереса для читателя. В этом суть рекламного заголовка, который мы называем **провокативным**, т.е. раздражающим, стимулирующим, дающим пищу для удовлетворения любопытства.

Представим типологию провокативных заголовков. Анализ лексических средств, входящих в заголовок, осуществлялся с помощью процедуры ступенчатой идентификации. Проводился также анализ синтаксических конструкций [См.: Кузнецова 1982: 37].

1. Провокативность заголовка с опорой на лексическую семантику. Механизм создания данного типа заголовков – многозначность лексической единицы, провоцирующая семантическую двусмысленность.

1.1. Заголовки, реализующие **эффект обманутого ожидания** строятся на многозначности слова, значение которого не поддержано необходимым контекстным окружением либо намеренно помещено в другой контекст. Ср.: *Россияне прощаются с великой певицей – обожжаемой Софией Ротару*. В публикации сообщается, что певица, скорее всего, не будет выступать в России из-за того, что ее концерты постоянно отменяют. Тем не менее, она не опускает руки и продолжает гастролировать.

*Проститься*: 1. «Обменяться приветствиями при расставании; приветствовать, уходя, расставаясь» *П. перед разлукой. Друзья простились. Простился и ушел* [ТСО 2009: 621]. В толковании дан пример, иллюстрирующий суть заголовка. Ротару уходит, и с ней прощаются – так возникает импликатура, логически выводной мотивированный смысл: к основной пропозиции буквального смысла прибавляется проективная, выводимая на базе пресуппозитивной информации, «знания о действительности, обеспечивающего общность миропонимания между участниками общения» [Карасик 2013: 215]. Домысливается семантика глагола *прощаться* в сочетании с глаголом *уйти* (*проститься и уйти*), реализованным в 6 значениях. Уйти: 6. «То же, что умереть (в 1 знач.) (высок.) *Ушли из жизни старые друзья*» [ТСО 2008: 1023]. Таким образом, многозначность глаголов *прощаться* и *уйти* при недостаточности контекстного окружения создает основу для неоднозначного понимания заголовка.

1.2. Заголовки, реализующие **эффект усиленного ожидания**. Основание для создания провокативности заголовка – оценочное преувеличение излагаемого факта. Ср.: *Галкин променял Пугачеву на*

*Собчак! Алла в ШОКЕ!* В публикации речь идет о том, что Ксения Собчак и Максим Галкин будут вместе вести премию Муз-ТВ. Смысл информативной заметки противоположен тому, о чем сообщает заголовок.

Необходимую для журналиста провокативность создает глагол *променять*. В данном контексте глагол *променять* реализуется в следующем значении: 2. «Предпочесть кого-что-н. кому-чему-н. *Ни на кого тебя не променяю*» [ТСО 2014: 498]. Предпочесть: 1. «Кого-что кому-чему. Признать чье-н. преимущество, признать лучшим в сравнении с другими. *П. театр цирку*» [ТСО 2014: 471].

Заголовок заставляет читателя думать об измене Галкина, но содержание публикации не носит резкого негативного отношения к поведению Галкина, так как в новостной заметке речь идет о совместной работе ведущего с Ксенией Собчак.

1.3. Заголовки, сочетающие в себе **эффекты обманутого и усиленного ожидания**. Ср.: *Шок! Предсказания Ванги о судьбе Путина доводят до слез! Уже в сентябре случится....* В публикации говорится о том, что всё исчезнет, но сила России и слава В. Путина останутся. Провокативность достигается за счет употребления словосочетания *довести до слез* в недостаточном контекстном окружении. Довести: 3. «Привести в какое-н. состояние, вызвать, породить в ком-чем-н. какие-н. последствия. *Д. до слез*» [ТСО 2014: 148]. Таким образом, имплицативно домысливается сочетание *довести до слез*: быть неприятно удивленным, шокированным, потрясенным негативными событиями. Читатель ассоциативно связывает лексику *слезы* с глаголом *плакать*: 1. «Проливать слезы (от боли, горя, радости и т.п.), обычно издавая при этом нечленораздельные звуки. *Горько п. Плакали денежки* (перен.: пропали; прост.)» [ТСО 2014: 425].

Слово *шок*, используемое в первом предложении, реализует в заголовке эффект усиленного ожидания. Шок – «тяжелое расстройство функций организма вследствие физического повреждения или психического потрясения. *Нервный ш.*» [ТСО 2014: 719]. Сочетание двух лексически поддерживающих друг друга комплексов – лексики *шок* и устойчивого словосочетания *довести до слез* создает эффект ожидания негативной новости, нейтрализуя возможное значение глагола *плакать* (от счастья). Сенсационность заголовка не поддерживается в теле статьи.

1.4. Заголовки с **заведомо ложной информацией**. В этой группе нами были собраны заголовки, совершенно не отвечающие содер-

жанию статьи, содержащие заведомо ложную информацию. Ср.: *Известная певица СРОЧНО госпитализирована в онкоклинику!* В публикации говорится о том, что второй год подряд Виктория Дайнеко ездит лечится в мюнхенскую онкологическую больницу, но певица предупредила, что там лечат и от других болезней. В прошлом году она лечилась от аллергии.

2. Провокативность заголовка с опорой на устойчивую синтаксическую структуру. Механизм создания данного типа заголовков – неопределенность, «утаивание» содержания новости за счет употребления заголовочных конструкций с местоименным компонентом, основная функция которых – указательная: необходимо перейти по ссылке к самой заметке, чтобы узнать содержание новостной информации. Несоответствие задачи утаивания информации как важной, секретной, которую трудно назвать прямо, и предъявление той простой, «несекретной», незначимой информации, которая содержится в самой публикации, создает также эффект обманутого ожидания.

2.1. Заголовки первого типа образованы с помощью использования таких устойчивых синтаксических структур, как: *вот что, вот кто, вот почему, вот зачем* и т.п. В заголовках подобного типа синтаксические фразеологизмы выполняют сразу несколько функций: ориентируют читателя на частную сторону жизни знаменитой персоны, устанавливают фамильярную тональность и концентрируют внимание читателя на аморальных (негативных) поступках медиаличности. Ср.: *Помните певицу Ани Лорак? Вот посмотрите, что с ней произошло.* В публикации дается информация о том, что Ани Лорак беременна.

Провокативность создается с помощью сочетания синтаксического фразеологизма *вот что* с глаголом *посмотрите*, который несет в себе не только указательную семантику, но и некоторую наглядность произошедшего с медийной персоной. Вероятно, рядом с таким заголовком должна быть фотография. Глагол *посмотрите* – стилистически нейтральный, семантически ориентирующий на возможные изменения внешнего вида героя новости. Сочетание глагола с конструкцией *вот что* наводит на представление о каких-либо шокирующих изменениях во внешнем облике звезды. Данные устойчивые выражения мы можем назвать конструкциями-провокаторами.

Содержание самой заметки тривиально по отношению к провокативности и сенсационности заголовка. Беременность знаменитости – это, безусловно, важная новость для светской хроники, но по-

добные заголовки подают эту новость в интригующе-негативном контексте.

2.2. Заголовки второго типа отличаются от первых тем, что в них нет слова-сигнала *вот*, но зато интенсивно-экспрессивно нагруженными становятся вопросительно-относительные местоимения *кто / что* в сочетании с языковыми единицами как *именно, на самом деле, грохнется, удивитесь* и т.п. Синтаксические фразеологизмы данной группы содержат в себе те же мыслительные компоненты, что и предыдущий тип. Ср.: *Кем на самом деле оказалась Диана Гурцкая. Правда поражает...* В публикации говорится о том, что у певицы взрывной грузинский характер, и она закатывает мужу сцены ревности. Провокативность заголовка обеспечивается употреблением интенсификатора *на самом деле* и сочетания *кем оказалась*, выделенного другим шрифтом.

Значение сочетания *на самом деле* можно свести к значению усилительной частицы *именно*. Именно – 2. «Выражает уверенное подтверждение, истинность. Он верный друг. – И. (и так)» [ТСО 2013: 227]. С помощью частицы реализуется мысль о том, что статья раскроет правду о Диане Гурцкая. Рассматриваемое сочетание настраивает читателя на сенсационность подаваемой информации.

Словосочетание *кем оказалась* может вбирать разные сведения о жизни и личности певицы: ее психологическое состояние, социальный или материальный статус, нелепые особенности поведения. Усиливает интригу включение в заголовочный комплекс предложения с многоточием в конце: *Правда поражает...* Что хочет сообщить журналист, остается только догадываться либо удовлетворить любопытство, пройдя по ссылке к содержанию публикации.

Таким образом, мыслительные компоненты, связанные с провокативностью данного заголовочного комплекса, следующие: 1) информация, заявленная заголовочной единицей, является сенсационной; 2) адресант выражает свое удивление и изумление по поводу случившегося; 3) случившееся должно вызвать у публики такие же эмоции. Однако эти мыслительные компоненты не реализуются.

Прием опирается на свойственное человеческой психике любопытство, противоположное любознательности: «само осознание неопределенности или незнания переживается как лишение, недостаток чего-то важного, а новая информация – как обязательное условие полноценной жизнедеятельности, даже если она и не нужна для какой-то практической цели» [Рябцева 2005: 305].

В ходе исследования нами были выделены и другие виды провокативных заголовков. В Интернете всё чаще встречаются заголовки с заведомо ложной информацией в теле статьи, ориентированные на коммерческую продажу какой-либо продукции. Например: *Открытие Михаила Задорнова шокировало россиян! Лекарство от всех болезней всё-таки существует...* Проходя по ссылке, читатель оказывается на официальном сайте Михаила Задорнова, и сервер автоматически переводит затем пользователя на страницу целителя Базылкана Дюсупова.

Провокативные заголовки (*Судьба Путина в конце 2017! Это событие шокирует весь мир!; Вольф Мессинг: в конце 2017 года...; Сильно исхудавшая Пугачева наконец-то выложила свой рацион. Всё просто – каждое утро я натошак...; Владимир Путин рассказал о новой первой леди России и т.п.*) ежегодно повторяются. Новости подобного типа теряют свою актуальность и существуют лишь как повод для негативной пиар-кампании известной личности.

Язык таблоидной интернет-прессы сближается с языком повседневной межличностной коммуникации. Авторы интернет-текстов делают ставку на вторжение в частную жизнь героев. Интернет-издания стремятся представить публикуемую информацию как тайную, сознательно скрываемую публичными людьми от общественности, опираясь на общее психологическое свойство личности – любопытство. Набор языковых средств и приемов помогает журналистам в выполнении этой задачи.

## СЛОВАРИ

ТСО – *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка. 27-е изд., испр. М.: ООО «Издательство АСТ»; ООО Издательство «Мир и Образование», 2014.

## ЛИТЕРАТУРА

- Карасик В. И.* Языковая матрица культуры. М.: Гнозис, 2013.
- Кузнецова Э. В.* Лексикология русского языка. М.: Высшая школа, 1982.
- Рябцева Н. К.* Язык и естественный интеллект. М.: Academia, 2005.
- Рязанова-Кларк Л.* Элементы таблоидного стиля в языке российской посткоммунистической прессы (На материале криминальной хроники) // Русистика. 1998. № 1–2. С. 75–87.
- Смирнова М. П.* Фамильярная тональность в текстах таблоидных изданий: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2009.

Туголбай кызы А.  
магистрант 2 к. УрФУ

## СИТУАТИВНАЯ ТЕМА В МУСУЛЬМАНСКОЙ ПРОПОВЕДИ

Религиозный стиль – одно из актуальных направлений научных лингвистических исследований. Тексты религиозного стиля функционируют не только на русском языке, но и на языках, являющихся сакральными для конкретной конфессии. Двуязычие как отличительная черта религиозного стиля отличается использованием профанного и сакрального языка. Так, в православии используются русский и церковнославянский языки, в исламе – русский, татарский и арабский. Религиозный стиль на материале православных текстов изучается достаточно давно [Прохватилова 2000, Гадомский 2006, Ицкович 2007], материалы других конфессий пока не привлекались для стилистических исследований.

Предметом нашего исследования служит тематическое членение мусульманской проповеди на русском языке. Категориально-текстовый подход, разработанный в трудах Т. В. Матвеевой [Матвеева 1990, 1994], к изучению текстов религиозного стиля успешно апробирован на православных текстах в работах Т. В. Ицкович [Ицкович 2006, 2013, 2016].

Обратимся к экспликации в текстах проповеди категории темы. Т. В. Ицкович отмечает тематическое двуединство православной проповеди: «Проповедь одновременно содержит в себе предметную тему целого текста (отражение реального события, значимого для аудитории в религиозном контексте) и духовную (концептуальную) тему (реализацию сути христианского вероучения на базе лексемы *Бог* и наименования нравственных понятий христианства: *вера, надежда, любовь, свет, спасение, милосердие, грех, покаяние* и др.). В тексте проповеди они сопряжены иерархически: с помощью предметной темы автор подводит своего слушателя к сути текста – его духовной теме» [Ицкович 2015: 43]. Исследователь выделяет три вида предметной темы: предметно-сакральную, профанную и ситуативную [Там же: 44].

В нашем исследовании рассматривается экспликация ситуативной темы в мусульманской проповеди. «Предметная тема проповеди может ... отражать тот повод, по которому произносится проповедь



(событие церковного календаря или иная причина произнесения проповеди), такой подтип предметных тем назван ситуативным» [Ицкович 2015: 53]. Ситуативная тема в тексте проповеди отражает конкретный момент, факты реальной действительности, послужившие поводом для произнесения проповеди, ситуацию *«здесь и сейчас»*.

Анализ массива текстов мусульманской проповеди показывает, что ситуативная тема возникает в сильной позиции начала текста. Например, в проповеди имама-хатыба Нижегородской соборной мечети Мунира-хазрата Беюсова *«Большие нуждаются в нашей заботе!»* экспликация ситуативной темы начинается сразу после обращения к верующим *«Эта **пятничная проповедь** будет посвящена одной небольшой, но важной части исламской этики – посещению больных»*. Поясним, что в исламе существует традиция произнесения проповедей каждую пятницу до богослужения. Именно этим объясняется высокая частотность употребления словосочетания *пятничная проповедь* при экспликации ситуативной темы. В данном примере ситуативная тема возникает только во вступлении, что является типичным для жанра проповеди.

Пятничное богослужение в исламе состоит из проповеди и намаза (молитвы). Проповедь может заканчиваться прямым указанием на следующее после проповеди начало богослужения: *«Настало время намаза!»*, что также является экспликацией ситуативной темы.

Существует и другой вариант предъявления ситуативной темы в мусульманской проповеди. Обратимся к тексту проповеди Председателя ДУМ РФ, Совета муфтиев России Муфтия Шейха Равиля Гайнутдина в Московской Соборной мечети в Ид-аль-Адха Курбан-Байрам 12 сентября 2016 года, которая начинается с развернутого обращения *«Дорогие мои братья и сестры! Уважаемые мои единоверцы! Дорогие соотечественники! Сердечно приветствую вас традиционным исламским братским приветствием Ас-саламу алейкум ва-рахматуллахи ва-баракатух!»*, приветствия и молитвы: *«Мир вам, Милость Аллаха и Его благословение!»*, представляющего собой единый композиционный блок. Затем в тексте проповеди возникает ситуативная тема: *«Сегодня мы с молитвами отмечаем великий день, **Ид ал-Адха, Курбан-Байрам, благословенный праздник Жертвоприношения!**»*, которая состоит из названия праздника, его характеристики *великий день* и слова *сегодня*, указателя ситуации *«здесь и сейчас»*.

Данный текст представляет особый интерес, так как состоит из включенных в основной текст проповеди нескольких самостоятельных текстов: приветствия В. В. Путина, Д. А. Медведева, С. С. Собянина. В каждом из приветствий также происходит экспликации ситуативной темы.

Так, приветствие В. В. Путина включает в себя ситуативную тему: *Сердечно поздравляю российских мусульман с праздником Курбан-байрам (Ид аль-Адха), который знаменует завершение паломничества к святым местам.* Далее ситуативная тема эксплицирована в начале основной части поздравления: *На протяжении веков этот светлый праздник играет огромную роль в жизни мусульманской уммы.* Название праздника также встречается в середине основной части: *С удовлетворением отмечу, что российские мусульмане чтут эти духовные традиции и широко отмечают Курбан-байрам.*

Аналогично представлено развитие ситуативной темы в следующем вставном фрагменте – поздравлении Д. А. Медведева. Начинается текст с упоминания отмечаемого в этот день праздника: *Примите мои сердечные поздравления с Курбан-байрамом!* Затем ситуативная тема эксплицируется последовательно через употребление слова *сегодня*, референтно тождественное *день*, синонимическое название праздника *Ид аль-Адха*: *Сегодня особый для всех мусульман день – день завершения священного хаджа, который знаменует наступление одного из главных исламских праздников Ид аль-Адха.* Далее употребляется субститут – местоимение *он*: *Он имеет многовековую историю и основан на мусульманских традициях ...*

Аналогично развитие ситуативной темы представлено в приветствии С. С. Собянина, где также присутствуют синонимы *этот древний праздник*; *в этот день*, базовая номинация *Курбан-байрам*.

Ситуативная тема получает в тексте проповеди дальнейшее развитие, когда к слушателям обращается муфтий: *Сегодняшний день знаменует собой окончание паломничества в Священную Мекку – к Дому Аллаха.*

Ситуативная тема проходит через весь текст проповеди, возникая в начале и в конце каждого самостоятельного приветствия, выполняя тем самым связующую функцию, удерживая тематическое единство.

#### ИСТОЧНИКИ

<http://www.muslim.ru/articles/298/16130/>

## ЛИТЕРАТУРА

- Гадомский А. К.* Религиозный язык или стиль: попытка систематизации терминологии теологистики // Ученые записки Таврич. нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Серия «Филология». Т. 19 (58). 2006. № 2. С. 186–192.
- Ицкович Т. В.* Жанровая систематизация религиозного стиля на коммуникативно-прагматическом и категориально-текстовом основании: дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2016.
- Ицкович Т. В.* Категория темы в тексте жития // Вестник ВолГУ. Серия 2. Языкознание. 2013. № 2 (18). С. 49–55.
- Ицкович Т. В.* О композиционно-тематическом развертывании церковной проповеди // Известия Урал. ун-та. Серия 2: Гуманитарные науки. 2006. № 41. С. 163–175.
- Ицкович Т. В.* Православная проповедь как текстотип: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007.
- Матвеева Т. В.* К вопросу о единицах нормативного описания текста // «Stylistyka III». Opole, 1994. С. 64–76.
- Матвеева Т. В.* Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990.
- Прохватилова О. А.* Речевая организация звучащей православной проповеди и молитвы: дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000.

## Рекомендации

Статья *Белобородко А. Н.* рекомендована доктором филологических наук, доцентом *Ицкович Т. В.*

Статья *Никифоровой М. В.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Будаевым Э. В.*

Статья *Сюй Шаньшань* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Вепревой И. Т.*

Статья *Уонг Мин Туана* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Вепревой И. Т.*

Статья *Цзя Пэнлин* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Купиной Н. А.*

Статья *Чусовитиной Е. А.* рекомендована кандидатом филологических наук, доцентом *Пикулевой Ю. Б.*

Статья *Гурьяновой А. Н.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Купиной Н. А.*

Статья *Айдаровой Ы.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Шалиной И. В.*

Статья *Кузнецовой Е. О.* рекомендована кандидатом филологических наук, доцентом *Пикулевой Ю. Б.*

Статья *Ли Вэньду* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Михайловой О. А.*

Статья *Мальцевой Т. В.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Вепревой И. Т.*

Статья *Тримайлова А. П.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Купиной Н. А.*

Статья *Порозовой И. Е.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Михайловой О. А.*

Статья *Харитоновой Ю. С.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Михайловой О. А.*

Статья *Ван Вэньцзя* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Шалиной И. В.*

Статья *Кужемратовой К. С.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Вепревой И. Т.*

Статья *Сидоренко Е. Б.* рекомендована кандидатом филологических наук, доцентом *Даниловым С. Ю.*

Статья *Чэн Юйсяо* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Михайловой О. А.*

Статья *Шашмуриной Е. Л.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Михайловой О. А.*

Статья *Бортникова В. И., Ратеговой О. А.* рекомендована доктором филологических наук, доцентом *Никольским Е. В.*

Статья *Буровой А. П.* рекомендована кандидатом филологических наук, ассистентом *Бортниковым В. И.*

Статья *Дэмбэрэлмаа Б.* рекомендована доктором филологических наук, доцентом *Ицкович Т. В.*

Статья *Неугодниковой Е. О.* рекомендована кандидатом филологических наук, ассистентом *Бортниковым В. И.*

Статья *Пыриковой Т. В.* рекомендована кандидатом филологических наук, ассистентом *Бортниковым В. И.*

Статья *Самковой Е. В.* рекомендована доктором филологических наук, профессором *Вепревой И. Т.*

Статья *Туголбай кызы А.* рекомендована доктором филологических наук, доцентом *Ицкович Т. В.*

# **Молодые голоса**

Сборник трудов молодых ученых

ВЫПУСК 6

*Под редакцией доктора филол. наук И. В. Шалиной*

Подписано в печать 26.04.2017.

Формат 60x88/16. Усл. печ. л. 11,1. Уч. изд. л. 9,4. Тираж 100 экз.

Отпечатано в типографии ООО Издательский Дом «Ажур»  
620075, Екатеринбург, ул. Восточная, 54, тел. (343) 350-78-28

E-mail: [azhur.ek@mail.ru](mailto:azhur.ek@mail.ru), <http://www.ajur.ur.ru>

Заказ № 26/04-1.